

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
FLORIANÓPOLIS – SANTA CATARINA
ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

CLAITON SCHLINDWEIN

**EMPREENDEDORES, O DESAFIO DO NEGÓCIO PRÓPRIO. UMA ANÁLISE DA
CRIAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.**

Florianópolis
2004

CLAITON SCHLINDWEIN

**EMPREENDEDORES, O DESAFIO DO NEGÓCIO PRÓPRIO. UMA ANÁLISE DA
CRIAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção do departamento de Engenharia de Produção e Sistemas da Universidade Federal de Santa Catarina para obtenção do Título de Mestre.

Orientador: Willy Arno Sommer, Dr.

Florianópolis

2004

FICHA CATALOGRÁFICA

SCHLINDWEIN, Claiton

Empreendedores, o desafio do negócio próprio. Uma análise da criação de micro e pequenas empresas, Florianópolis SC, UFSC, Programa de Pós graduação em Engenharia da Produção, 2004. 146 p.

Dissertação: Mestrado em Engenharia de Produção – Área de concentração Qualidade e Produtividade.

Orientador: Willy Arno Sommer, Dr.

1. Empreendedor. 2. empreendedorismo. 3. Micro e pequenas empresas. 4. o desafio do negócio próprio.

CLAITON SCHLINDWEIN

**EMPREENDEDORES, O DESAFIO DO NEGÓCIO PRÓPRIO. UMA ANÁLISE DA
CRIAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.**

Esta dissertação foi julgada e aprovada para a
obtenção do grau de **Mestre em Engenharia de Produção**
no **Programa de Pós-Graduação em**
Engenharia de Produção da
Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 09 de fevereiro 2004.

Prof. Edson Pacheco Paladini, Ph.Dr.
Coordenador do Programa

BANCA EXAMINADORA

Prof. Willy Arno Sommer, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Alvaro Guillermo Rojas Lezana, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Pedro Carlos Schenini, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

DEDICATÓRIA

A Deus,
pois acredito que ele tenha uma
participação importante.

À minha família,
pois contribuíram para a
realização deste trabalho.

Aos meus amigos,
poucos em números, mas
incomensuráveis na qualidade.

Ao orientador,
pela sabedoria na orientação
e por sua amizade dispensada,
o eterno Deus lhe pague.

AGRADECIMENTOS

A minha esposa, Londi Beatriz,
pela compreensão das ausências,
pela força nos momentos de fraqueza
não permitindo desmotivar-me.
Aos meus filhos Claiton Markus e Beatriz
por compreenderem a necessidade de
estarmos afastados momentaneamente.
Ao orientador Willy Arno Sommer, pelo
apoio incondicional em todos os momentos.
A Caixa Econômica Federal, Superintendência
de Cascavel no Paraná, pelo incentivo.

Nada do que foi será
De novo do jeito que já foi um dia
Tudo passa
Tudo sempre passará
A vida vem em ondas
Como um mar

Num indo, vindo infinito
Tudo que se vê não é
Igual ao que a gente viu há um segundo
Tudo muda o tempo todo no mundo
Não adianta fugir
Nem mentir pra si mesmo agora
Há tanta vida lá fora
Aqui dentro sempre
Como uma onda no mar!

Nelson Motta e Lulu Santos

RESUMO

SCHLINDWEIN, Claiton. **EMPREENDEDORES, O DESAFIO DO NEGÓCIO PRÓPRIO. UMA ANÁLISE DA CRIAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.** 2004. 146 p. Florianópolis (SC). Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) Programa de Pós-Graduação, UFSC.

A presente dissertação apresenta uma abordagem metodológica sobre empreendedores e empresários, levando em conta o cenário atual que a economia brasileira vem atravessando, após processo eleitoral para presidente da república, onde inicialmente tivemos um desequilíbrio dos índices econômicos e a preocupação da volta da inflação. Em meio a este cenário, buscou-se através de pesquisa junto às empresas que iniciaram as atividades no primeiro semestre de 2003, conforme dados disponibilizados pelo setor de expedição de alvarás, da prefeitura municipal de Marechal Cândido Rondon (PR), identificar e analisar os fatores que levam empreendedores a iniciarem nas atividades em micro e pequenas empresas. A pesquisa foi desenvolvida através de censo, sendo visitadas todas empresas público da amostra. Os principais resultados desta pesquisa são: identificação dos indicadores sociais, que compõem o questionário de pesquisa, destacando-se dentre esses, o grau de escolaridade dos novos empresários, onde 85,45% possuem no mínimo ensino médio. Dentre os indicadores financeiros, 20% dos novos empresários possuem outra fonte de renda além da empresa e 71,97% deles utiliza-se do limite de crédito do cheque especial como linha de crédito. Destaca-se nos indicadores de planejamento que somente: 27,74% procurou algum tipo de assessoria antes de abrir a empresa, 32,28% verificou quem seriam seus concorrentes e quantos eram e 27,22% dos entrevistados diz ter calculado o volume de capital de giro necessário para o funcionamento da empresa. Os indicadores administrativos demonstram que 95,68% das novas empresas possuem até 19 empregados, 46,20% apontam a carga tributária elevada como principal dificultador encontrado até o momento, dos empreendedores que iniciaram na atividade empresarial 48,13% eram autônomos ou eram empregadores em outra empresa e 30,06%, quando perguntado o motivo que o levou a abrir a empresa, apontou que identificou oportunidade. Por fim é apresentado um relatório com as principais características dos novos empreendedores.

Palavras chaves:

Empreendedor; Empreendedorismo; Micro e Pequenas Empresas.

ABSTRACT

SCHLINDWEIN, CLAITON. EMPREENDEDORES, O DESAFIO DO NEGÓCIO PRÓPRIO. UMA ANÁLISE DA CRIAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. 2004, 146 p. Florianópolis (SC). Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) Programa de Pós-Graduação em Engenharia da Produção, UFSC.

This dissertation presents a methodological approach about entrepreneurs and showmen, taking place in the scenery that Brazilian economy is passing by that started after the President Republic Elections when soon an off balance of the economic contents happened and the worry about the possibility that inflation rate could get higher was up. In this context, through searches made in enterprises that had their activities started in the first semester of 2003 – according to data given by the registration party of the City Hall of Marechal Cândido Rondon (PR) – to identify and analyze the facts that make the entrepreneurs to start their activities in micro and small enterprises. This search was made by census, and all the enterprises that made part of this. The main results of it are: identification of the social indicators that were into the questionnaire showing through this the new entrepreneurs school level, when 85,45% have at least high school. Into the financial indicators, 20% of those have another job besides having their own enterprises and 71,97% of them use the credit limit of their special check as a way of credit. It also shows that 27,74% looked for some kind of assessor to calculate their interests before opening their business; 32,28% got information about the competition, 27,22% of the interviewed said had calculated the capital expenditure necessary for their business. The administrative indicators show that 95,68% of the new enterprises had until 19 employees, 46,20% declared the high taxable costs as the main difficulty in business until that moment. From the entrepreneurs who had started working in business, 48,13% worked by themselves or were employees from other company and, 30,06% when asked about the reason of opening their own business said they noticed the opportunity. Thus, here we have a report showing the main characteristics of the new entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship, Small and Small Companies.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 - Sobrevivência e mortalidade acumulada das empresas, no Estado de São Paulo em 2001..... | 21 |
|--|----|

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|-----|
| Tabela 1 – Recolhimento de Simples..... | 68 |
| Tabela 2 – Porte de empresas conforme Lei Federal nº 9841..... | 70 |
| Tabela 3 – Classificação das MPE's segundo o faturamento bruto anual..... | 71 |
| Tabela 4 - Extinção de Empresa por Tipo Jurídico no Paraná em 2001/2002..... | 73 |
| Tabela 5 - Constituição de Empresa por Tipo Jurídico no Paraná, 2001/2002 | 74 |
| Tabela 6: Empresas que iniciaram e fecharam entre os anos de 2000 e 2003 | 98 |
| Tabela 7: Estado civil dos novos empresários..... | 102 |
| Tabela 8 : Grau de escolaridade dos novos empresários..... | 102 |
| Tabela 9: Faixa etária | 103 |
| Tabela 10: Utiliza alguma linha de crédito? | 106 |
| Tabela 11: Antes de abrir a empresa verificou? | 114 |
| Tabela 12: Como fez a identificação prévia dos clientes? | 115 |
| Tabela 13: Qual era sua atividade antes de montar a empresa? | 117 |
| Tabela 14: Qual o motivo que o levou a abrir a empresa? | 118 |
| Tabela 15: Qual o meio utilizado para propaganda | 120 |
| Tabela 16: Quais as principais dificuldades encontradas neste período de funcionamento da empresa | 120 |
| Tabela 17: Quantos empregados possui? | 121 |
| Tabela 18: O que poderia melhorar o desempenho de sua empresa? | 122 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 – As duas faces do Empreendedor | 54 |
| Quadro 2 – Análise comparativa entre Gerente e Empreendedor | 56 |
| Quadro 3 – Comparação dos domínios empreendedor e administrativo. | 59 |
| Quadro 4 – Idéias e Oportunidades | 63 |
| Quadro 5 – Classificação das MPEs segundo o número de empregados | 69 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico 1: Sexo dos novos empresários de Marechal Cândido Rondon (PR), que iniciaram as atividades no primeiro semestre de 2003 (em percentual)..... | 101 |
| Gráfico 2: Sua empresa possui conta corrente em bancos? | 104 |
| Gráfico 3: Movimenta valores da empresa em sua conta particular? | 105 |
| Gráfico 4: Teve algum tipo de restrição cadastral em nome de sua empresa. | 107 |
| Gráfico 5: Qual a restrição que teve? | 107 |
| Gráfico 6: As restrições foram regularizadas? | 108 |
| Gráfico 7: Teve alguma restrição cadastral em seu nome pessoa física?..... | 108 |
| Gráfico 8: Qual a restrição que teve na pessoa física? | 109 |
| Gráfico 9: As restrições da pessoa física foram regularizadas? | 109 |
| Gráfico 10: A empresa é sua única atividade remunerada? | 110 |
| Gráfico 11: Antes de abrir a empresa procurou algum tipo de assessoria? | 111 |
| Gráfico 12: Qual a assessoria que buscou? | 112 |
| Gráfico 13 : Efetuou algum planejamento antes de abrir a empresa? | 113 |
| Gráfico 14:Calculou o volume de vendas necessário para ter lucro?..... | 113 |
| Gráfico 15: Identificou previamente quem seriam seus clientes? | 115 |
| Gráfico 16 : Qual o setor de atividade de sua empresa?..... | 116 |
| Gráfico 17: Efetua propaganda e divulgação de sua empresa. | 119 |

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 17 |
| 1.1 Contextualização do trabalho | 17 |
| 1.2 Identificação do Problema..... | 20 |
| 1.3 Objetivos do Trabalho | 22 |
| 1.3.1 Objetivo Geral | 22 |
| 1.3.2 Objetivos Específicos | 23 |
| 1.4 Justificativa..... | 23 |
| 1.5 Delimitações do trabalho..... | 24 |
| 1.6 Estrutura do Trabalho..... | 24 |
| 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | 26 |
| 2.1 Empreendedorismo..... | 26 |
| 2.1.1 Surgimento do Empreendedorismo | 28 |
| 2.1.2 Conceituação de Empreendedorismo | 29 |
| 2.1.3 O empreendedorismo no Brasil..... | 33 |
| 2.1.4 Características do Empreendedor..... | 39 |
| 2.1.5 Perfil do empreendedor..... | 48 |
| 2.1.6 As duas faces do Empreendedor | 52 |
| 2.1.7 Lições de um empreendedor..... | 60 |
| 2.2 Empresas | 65 |
| 2.3 A Migração do Emprego | 75 |
| 2.3.1 Os Fatores da Migração..... | 78 |
| 2.3.2 Região Sul..... | 80 |
| 2.4 Fatores de sucesso..... | 81 |

| | |
|---|------------|
| 2.5 Fatores de Insucesso..... | 83 |
| 2.6 Considerações Finais | 85 |
| 3 Metodologia | 87 |
| 3.1 Classificação da Pesquisa | 87 |
| 3.2 Da pesquisa | 91 |
| 3.2.1 Universo da Pesquisa | 91 |
| 3.2.2 A coleta de dados | 91 |
| 3.2.3 Tratamento dos dados | 94 |
| 3.2.4 Interpretação dos Resultados | 94 |
| 3.3 Considerações finais | 95 |
| 4 LEVANTAMENTO DOS DADOS | 97 |
| 4.1 Características da Pesquisa..... | 97 |
| 4.2 População pesquisada | 98 |
| 4.3 Tamanho da Amostra..... | 99 |
| 4.4 Resultados da pesquisa | 100 |
| 4.4.1 Indicadores Sociais | 100 |
| 4.4.2 Indicadores financeiros | 104 |
| 4.4.3 Indicadores de Planejamento | 110 |
| 4.4.4 Indicadores Administrativos | 116 |
| 4.5 Análise dos Resultados..... | 123 |
| 4.6 Sugestões | 125 |
| 4.7 Considerações finais | 126 |
| 5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES | 127 |
| 5.1 Considerações preliminares | 127 |

| | |
|---|------------|
| 5.2 Conclusões | 129 |
| 5.3 Sugestões para trabalhos futuros | 131 |
| REFERÊNCIAS | 132 |
| Obras Citadas | 132 |
| Obras Consultadas | 137 |
| APÊNDICES..... | 139 |

1 INTRODUÇÃO

A preocupação com as micro e pequenas empresas, vem despertando interesse a algum tempo, de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, que esta trabalhando com esse segmento com o intuito de fortalecer o desenvolvimento e a permanência destas no mercado, principalmente pelo número de empregos que tem gerado.

1.1 Contextualização do trabalho

Mas por que abrir uma empresa? A resposta mais evidente poderia ser, para ganhar dinheiro. A resposta vai muito além, depende do ponto de vista que se está observando a questão, entre as várias possíveis justificativas pode-se destacar: somente porque não encontrou outra oportunidade até a viabilização de um projeto muito bem estruturado.

A abertura da empresa é bastante simples, contratando um escritório de contabilidade, de posse de seus documentos pessoais, comprovante de endereço dos sócios e do local da empresa. O profissional de contabilidade se encarrega de formalizar toda a documentação.

A escolha do negócio não é questão de sentimento sobre o que pode dar lucro. Muitos aspectos têm que ser considerados. Em geral, o primeiro passo é identificar uma oportunidade em um nicho de mercado, ou seja, verificar se a demanda por certo produto ou serviço não é atendida. De preferência um segmento que não desperte interesse das grandes empresas.

Os especialistas recomendam que haja uma afinidade com o negócio desejado. Não basta ser um ramo em alta. Tem que ser uma área em que se possa vislumbrar a possibilidade de realização profissional, e que seja preferencialmente, um setor em que já se tenha experiência ou conhecimento.

O empreendimento não precisa se basear em uma grande invenção ou inovação tecnológica. O segredo está em adotar um diferencial em relação ao que já existe.

Para abertura de uma empresa são necessários importantes estudos preliminares, com relação à viabilização da lucratividade, através de pesquisa do mercado, ramo de atividade, tipo de sociedade, local, licença de funcionamento, dentre outros, porém, nem sempre a abertura de uma empresa é precedida destes estudos.

Não é à toa que o Brasil é considerado um país empreendedor: 77% das pessoas tem vontade de ter um negócio próprio, de acordo com uma pesquisa do Datafolha (apud REVISTA VOCÊ S/A, 2001).

Por outro lado, estudos do SEBRAE (2001), mostram que em São Paulo 71% das empresas abertas não duram mais que cinco anos, ou seja, sobra interesse, mas falta preparo para concretizar o sonho.

Há muitas maneiras de uma empresa “quebrar”, Isto é, encerrar suas atividades, mas uma só provoca inexoravelmente a falência de uma organização: é a soma dos pequenos erros que se cometem desde a abertura e durante uma ou mais gestões.

Nos últimos tempos, uma quantidade imensurável de empresários luta contra um inimigo comum, a falência. Esse fantasma, na verdade, já nasce com a empresa como se fosse uma sentença, pronta a condená-la ao fracasso. Sobreviver a toda

sorte de dificuldades impostas pelo sistema vigente e identificar os males que afligem a empresa é talvez o grande desafio, para o qual bem poucos estão preparados.

Existe no Brasil uma cultura empresarial forjada nas conveniências, onde um sujeito, com algum dinheiro no bolso e uma idéia na cabeça, julga-se apto a fundar uma empresa. Após algum tempo, o negócio morre e ele nem sabe ao certo o que ocorreu. A maioria nem mesmo se interessa pelas causas do fracasso e sai por aí contando, aos que lhe indagam, tudo que justifique seu insucesso e nada do que efetivamente ocorreu.

Problemas de capacitação gerencial vêm impedindo que o País desfrute com plenitude do desenvolvimento econômico gerado pela criação de empresas inovadoras de grande potencial.

Atualmente com o pensamento neoclássico dominante nas economias do mundo, tornando cada vez mais globalizado o comércio ou o setor produtivo dos mercados atuais, as mudanças tornaram-se extremamente rápidas, impactando fortemente o posicionamento estratégico das instituições em seu contexto de atuação.

A gestão empresarial está impreterivelmente direcionada ao consistente gerenciamento dos riscos e oportunidades, avaliando corretamente os efeitos da nova capacitação estratégica empresarial, num mercado cada vez mais competitivo.

A atividade empresarial atenta ao mercado globalizado busca nova postura, combinando mais efetivamente os recursos disponíveis, de maneira a aumentar proativamente o volume de negócios, por meio da satisfação dos clientes, em que percebam o valor agregado nos produtos adquiridos.

O empresário deve abordar a necessidade da gestão, acompanhar o desempenho da empresa no seu ambiente interno e externo, adotando ferramentas e procedimentos de controle que permitam o gerenciamento estratégico de suas ações e que possibilitem uma visão clara da sua situação e do desempenho de seus processos e produtos junto aos clientes internos e externos.

Só é possível administrar o que se pode medir, e para medir é necessário conhecer, assim é de vital importância para um empresário, seja ele de micro, média ou grande empresa, dominar os processos e números de sua empresa, interpretar o cenário macro econômico, analisar o mercado, saber onde está e onde quer chegar.

Com base nesse entendimento, o presente trabalho busca conhecer o que leva tantos empreendedores a cada ano se estabelecerem no mercado, se as estatísticas apontam que somente 29% continuará com suas empresas abertas, decorridos 60 meses do início das atividades.

1.2 Identificação do Problema

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, disponíveis em IBGE (2001), “existem no Brasil cerca de 3,5 milhões de empresas, das quais 98% são de micro e pequeno porte”. É possível afirmar que as atividades típicas de micro e pequenas empresas mantêm cerca de 35 milhões de pessoas ocupadas em todo o país, o equivalente a 59% das pessoas economicamente ativas no Brasil. Inclui-se neste cálculo os empregados nas micro e pequenas empresas, empresários das mesmas e os “conta própria” (indivíduo que possui seu próprio negócio mas não tem empregados).

Conforme pesquisa divulgado pelo SEBRAE (2001) de cada 100 (cem) novas micro e pequenas empresas abertas, 32 (trinta e duas) fecham nos primeiros 12 (doze) meses, mais 12 (doze) fecham entre o 13º e 24º mês de existência, outras doze fecham no terceiro ano de existência, mais sete encerram suas atividade no quarto ano e oito durante o quinto ano de vida. Assim, apenas 29% conseguem sobreviver após ao 60º mês do início das atividades. A figura 1 representa graficamente este processo de mortalidade das micro empresas em São Paulo.

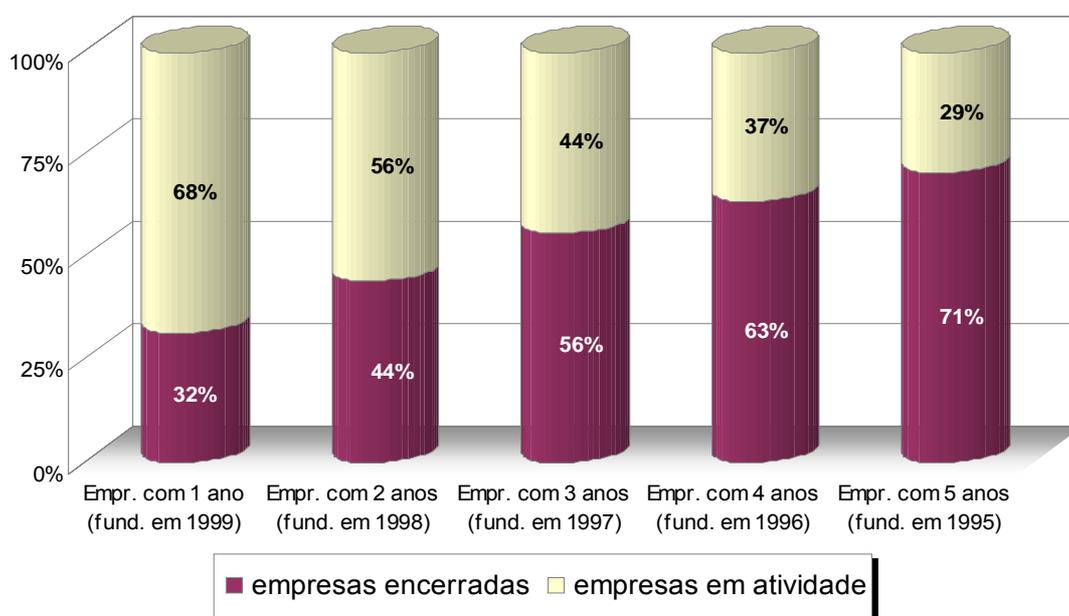


Figura 1 - Sobrevivência e mortalidade acumulada das empresas, no Estado de São Paulo em 2001.

Fonte: SEBRAE (2001, p. 14)

No município de Marechal Cândido Rondon, segundo dados obtidos junto ao órgão responsável pela expedição de alvarás, da Prefeitura Municipal, o número total de empresas ativas em 31/12/2002 era de 2.116 (duas mil, cento e dezesseis). Destas 821 recolhem Fundo de Garantia por Tempo de Serviço -FGTS, ou seja,

possuíam no mínimo um empregado com Carteira de Trabalho e Previdência Social - CTPS , assinada.

Durante o ano de 2002 se estabeleceram no município 352 empresas e 256 solicitaram baixa do alvará de funcionamento. Outras 4 foram baixadas do cadastro municipal, por não terem sido encontradas pela fiscalização para renovação do alvará de funcionamento, totalizando 260 com atividades paralisadas durante o ano de 2002.

Nos primeiros seis meses do ano de 2003, ou seja, de 01 de janeiro a 30 de junho, solicitaram alvará de funcionamento 297 empresas, destas 86 constituídas de pessoas físicas, prestação de serviços, e 211 pessoa jurídica. No mesmo período foram baixadas 260 empresas das quais 101 pessoas físicas e 149 jurídicas.

Com base nestas informações constata-se que o crescimento do número de empresas pessoa jurídica em relação às que saíram do mercado é de 41,61%.

E qual seria a razão desse aumento do número de empreendedores instalarem empresas no mercado, diante das dificuldades da situação econômica atual, e de pesquisas divulgadas pelo SEBRAE demonstrando que 71 de cada 100 empresas desaparecem do mercado antes de completarem o quinto ano?

1.3 Objetivos do Trabalho

Procurando entender o que leva empreendedores a montarem suas micro e pequenas empresas; é possível apresentar os objetivos deste trabalho em geral e específicos, como sendo:

1.3.1 Objetivo Geral

Pesquisar empreendedores que encaram o desafio do negócio próprio, analisando a criação de micro e pequenas empresas.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar as micro e pequenas empresas que iniciaram suas atividades nos primeiros seis meses do ano 2003, no município de Marechal Cândido Rondon (PR);
- b) Pesquisar os fatores que levaram empreendedores a montarem suas micro e pequenas empresas, através de entrevistas com empresários que iniciaram as atividades de suas empresas de janeiro a junho de 2003;
- c) Analisar os dados apresentados pelos empreendedores pesquisados;
- d) Identificar as características dos novos empresários.

1.4 Justificativa

Conforme Revista Você S/A (2002a, p. 22), as micro e pequenas empresas criaram 1,9 milhão de novos postos de trabalho entre os anos de 1995 e 2000, ante 88 mil novas vagas criadas pelas médias e grandes empresas.

Somente por esses dados seria possível justificar a importância da realização desse trabalho, pois esses números demonstram o cuidado e atenção que se deve ter com estas empresas. O desenvolvimento econômico e porque não dizer social

de nosso País, passa pela geração e manutenção dessas empresas que criam novos postos de trabalho.

A mesma reportagem diz da grande vantagem de treinar os novos empresários, que aponta a taxa de mortalidade das pequenas empresas no primeiro ano de existência como sendo de cerca de 30%, enquanto nas empresas incubadas esse número cai para próximo de 10% e no caso de franquias o percentual diminui ainda mais e chega próximo a 3%.

1.5 Delimitações do trabalho

A proposta tem um caráter específico para as micro e pequenas empresas, além disto é de caráter regional, uma vez que estuda as micro e pequenas empresas instaladas no Paraná, mais precisamente no município de Marechal Cândido Rondon.

O presente trabalho analisará os dados de empresas que iniciaram suas atividades no período de janeiro a junho do ano 2003, e que foram cadastradas junto ao órgão de expedições de alvarás da prefeitura do Município de Marechal Cândido Rondon PR.

1.6 Estrutura do Trabalho

O trabalho se inicia com uma introdução ao cenário atual e os motivos pelos quais se justificam a realização desse trabalho, seus objetivos e delimitação do trabalho.

O capítulo dois apresenta os principais conceitos de micro e pequenas empresas, empreendedor e empresário e temas correlatos.

O terceiro capítulo refere-se aos procedimentos metodológicos utilizados no presente trabalho, descrevendo a pesquisa de campo desenvolvida, tipo da pesquisa, a coleta e o tratamento dos dados, e os procedimentos de interpretação.

No quarto capítulo são descritos os dados obtidos através da pesquisa, o tratamento e análise dos mesmos, bem como a interpretação dos resultados.

Apresentam-se a conclusão e sugestões para futuros trabalhos no capítulo cinco.

Completa a dissertação as referências e apêndices.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No capítulo anterior foi apresentado a contextualização do trabalho, demonstrando que novos empreendedores não consideram, ou não tem conhecimento que 71% das empresas enceram suas atividades antes de completar 60 meses de atividades.

Neste capítulo serão desenvolvidos os temas sobre empreendedorismo, empresas, migração do emprego e fatores de sucesso e insucesso nas empresas, que embasarão o trabalho proposto.

2.1 Empreendedorismo

Os empreendedores parecem orientados para realizações, gostam de assumir a responsabilidade por suas decisões e não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro (BIRLEY & MUZYKA, 2001, p. 4)

De acordo com Oliveira (1995), Richard Cantillon em 1775, importante escritor e economista irlandês do século XVII, é considerado como um dos criadores do termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor, aquele que assumia riscos, do capitalista, aquele que fornecia o capital. Cantillon empregou o termo para designar alguém disposto a assumir riscos de contratar empregados ou comprar o produto do trabalho, sem a certeza de recolocá-lo ou vendê-lo. No século seguinte o capitalista e o empreendedor foram diferenciados, graças ao início da industrialização mundial.

Para Longen (1997), Jean Batist Say (1803), definia o empreendedor como o responsável por reunir todos os fatores de produção e descobrir no valor dos

produtos a reorganização de todo capital que ele emprega, o valor dos salários, o juro, o aluguel que paga, bem como os lucros que lhe pertencem, ou seja, uma definição de empreendedorismo bem mais centrada nos negócios. Para ele, o julgamento, a perseverança, conhecimento sobre o mundo assim como sobre os negócios e possuir a arte da superintendência e da administração, eram os requisitos primordiais para um empreendedor.

Birley & Muzyka (2001, p. XIV), acreditam que os empreendedores surgiram de grupos marginais da sociedade, os com baixo nível de escolaridade, os imigrantes, os pobres. Aqueles que tinham uma enorme necessidade de se provarem, uma forte necessidade de vencer, “estudos nessa área descrevem as características daqueles que ousavam empreender em termos tanto demográficos quanto de motivações individuais”.

O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente no século XX, criando as invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Geralmente estas invenções são frutos de inovação, de algo inédito ou de uma nova visão de como utilizar coisas já existentes, mas que ninguém ousou olhar de outra maneira.

Atrás deste cenário de inovações existem pessoas ou equipes de pessoas com características especiais, que são visionárias, questionam, arriscam, querem algo diferente, querem fazer acontecer, querem empreender.

Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado. Uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, seu comportamento e o próprio processo empreendedor devem ser estudados e entendidos (DORNELAS, 2001,p.19).

O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX (JEFFRY TIMMONS, 1990 apud DORNELAS, 2001, p.19)

O momento atual pode ser chamado de “a era do empreendedorismo”, pois são os empreendedores que 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.

2.1.1 Surgimento do Empreendedorismo

“O termo empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer: aquele que assume riscos e começa algo novo [...]” (HISRISH, 1986, apud DORNELAS, 2001, p. 27).

Para Dornelas (2001) pode-se atribuir a Marco Polo o primeiro exemplo de empreendedorismo, por tentar estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como empreendedor Marco Polo assinou um contrato com um comerciante bem sucedido (capitalista), para vender as mercadorias deste. O capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva enquanto que o aventureiro empreendedor corria todos os riscos físicos e emocionais, assumindo portanto, riscos de forma ativa.

Na Idade Média, o empreendedor era aquele que gerenciava grandes projetos de produção, sem assumir riscos utilizando-se apenas dos recursos provenientes do governo.

Durante o início do processo de industrialização que ocorria no mundo durante o século XVIII, finalmente foram diferenciados os capitalistas do empreendedor.

No final do século XIX e início do século XX, freqüentemente os gerentes ou administradores eram confundidos com os empreendedores, sendo analisados apenas do ponto de vista econômico, como aqueles que planejam, dirigem e exercem controle sobre as ações desenvolvidas nas organizações, porém a serviço do capitalista.

Na década de 90 o movimento do empreendedorismo começou a tomar forma no Brasil, com a criação das entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software – SOFTEX-.

2.1.2 Conceituação de Empreendedorismo

Acredita-se hoje que o empreendedor seja o “motor da economia”, um agente de mudanças. Muito se tem escrito a respeito, e os autores oferecem variadas definições para o termo.

Para Barreto (1998, p. 75),

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

O empreendedor é o indivíduo que faz acontecer, enxerga somente

oportunidades para fazer negócios, está sempre otimista, acredita que tudo que imagina pode ser realizado, implementa e acompanha o desenvolvimento do empreendimento.

Drucker (2000, p. 63) argumenta que “o trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje, capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente”.

O empreendedor é capaz de visualizar como serão os negócios, muito além que pessoas normais, antecipa necessidades e identifica oportunidades não percebido por outras pessoas.

O empreendedor deve ser alguém preparado para aprender a aprender (DOLABELA,1999 p. 21).

Estar sempre buscando se atualizar com as novidades do mercado, querer saber sempre mais, saber maneiras diferentes de fazer a mesma coisa. O empreendedor sempre busca saber aquilo que parece ser o mais difícil ou complexo, mas torna tudo simples e fácil.

Querer ser dono do próprio negócio, poder direcionar sua vida para onde bem quiserem, serem sempre muito arrojados, não sendo passivos nos negócios, possuírem sempre mais de uma idéia ou solução para a mesma coisa, não se importarem em correr riscos, são algumas características do empreendedor. Para Aquino (1987, apud CIELO, 2001, p. 15)

O empreendedor é descrito como um indivíduo com bastante iniciativa, agressivo para negócios, eterno farejador de oportunidades, ansioso em ser patrão. Lança-se naquilo que gosta de fazer, sendo dinâmico e inquieto. O empreendedor é geralmente alguém dotado de muitas idéias, vocação para o risco, alguns impulsionados pelo lucro imediato, outros pelo prazer de criar, de fazer explodir seu potencial, todos, porém, excitados em administrar seu próprio destino.

Filion (1991, apud DOLABELA, 1999, p.28), O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive, fenômeno regional, ou seja, existem cidades regiões e países mais empreendedores que outros. Assim, desfaz-se a tese de que empreendedorismo é fruto de herança genética. É possível que as pessoas aprendam a ser empreendedoras. O empreendedorismo pode ser considerado também um fenômeno cultural, fruto de hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões e países, o que comprova a teoria que empreendedores nascem por influência do meio em que vivem. Pesquisas indicam que as famílias de empreendedores têm maiores chances de gerar novos empreendedores e que empreendedores de sucesso quase sempre têm um modelo, alguém a quem admiram e imitam.

O que distingue o empreendedor das outras pessoas é a maneira como este percebe a mudança e lida com as oportunidades, a presença da iniciativa para criar um negócio novo, paixão pelo que faz aliada a utilização de recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive e finalmente a presença de uma grande facilidade para assumir riscos e possibilidade de fracasso.

Segundo Farrel (1993), o empreendedor é aquele que aprende a utilizar uma estratégia de fazer as coisas de maneira simples, básica, mas sem nunca deixar de fazê-las. Além disso, aponta que os empreendedores são movidos pela visão focada em produtos e clientes, o que dá ao verdadeiro empreendedor uma espécie de orgulho pessoal por aquilo que faz. Comenta também que, a necessidade estaria na origem do espírito empreendedor, levando à criação de algo novo, à edificação de um negócio, ou um comportamento competitivo, mesmo por parte de um subordinado.

Drucker (2000, p.135), refere-se aos empreendedores como:

Indivíduos inovadores. A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade.

Amit, (1993, apud BRINGHENTI, 2000, p.5), vê os empreendedores como indivíduos que inovam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção), para extrair os maiores benefícios de suas inovações.

Para Oliveira (1995), o empreendedor é todo indivíduo, que na qualidade de principal tomador das decisões envolvidas, consegue formar novo negócio ou desenvolver negócios já existentes, elevando substancialmente seu valor patrimonial, várias vezes acima da média esperada das empresas congêneres no mesmo período e no mesmo contexto sócio-político-econômico, tendo granjeado com isto alto prestígio perante a maioria das pessoas que conhecem esta empresa ou tem relacionamentos com ela.

Dolabela (2003), utiliza o termo empreendedorismo em seu sentido amplo; referindo-se a uma forma de ser, independentemente da escolha profissional. Assim estão contidos neste termo, por exemplo, o empregado-empreendedor, (ou intra-empreendedor), o pesquisador-empreendedor, o empreendedor-comunitário, o funcionário público-empreendedor, ou seja, o que importa é a maneira de se abordar o mundo, qualquer que seja a atividade abraçada.

O empreendedor pode ser aquela pessoa que se diferencia na forma de pensar e agir, de forma que as coisas aconteçam, muito mais simples do que se possa imaginar, destacando-se em seu empreendimento, local de trabalho, grupo de amigos ou em sua família.

Para Lezana e Tonelli (1998, p. 39):

Empreendedores são pessoas que perseguem o benefício, trabalham individual e coletivamente. Podem ser definidos como indivíduos que inovam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção), para extrair os melhores benefícios de suas inovações num meio incerto.

Mas, afinal qual é a melhor definição para empreendedorismo? Muitas são as definições mas optou-se no presente estudo em utilizar a definição de Joseph Schumpeter (1949, apud DORNELAS, 2001, p. 37):

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

O empreendedor geralmente é visto a frente de novos empreendimentos, mas é possível ser empreendedor dentro de empresas já existentes, alterando a forma de administrar, visualizando o produto/serviço de maneira diferente ou modificando os produtos e serviços para possuírem maior aceitação.

2.1.3 O empreendedorismo no Brasil

Os empreendedores de hoje estão construindo um novo Brasil. Um país que surge a partir de uma grande mudança provocada por um misto de combate à inflação de abertura da economia e da diminuição do papel do Estado-empresário. A inflação foi o pior dos males que o Brasil sofreu nos últimos 40 anos. Na época da inflação os negócios eram dirigidos pelos balanços, os ganhos eram relacionados a ativos e passivos, e tudo se resumia a ganho financeiro. O operacional era relegado a último plano. Quem não pensava dessa forma não sobreviveu ou perdeu muito para conseguir sobreviver. Não há nada mais destrutivo para a sociedade que essa

forma de pensar. Mas houve crescimento, porque houve um investimento colossal por parte do estado.

Na era do novo Brasil, a grande diferença é que os negócios são conduzidos de olho nos lucros e nas perdas. Deixamos as contas de ativos e de passivos para focar as de receitas e de despesas.

O novo Brasil trouxe uma série de novas ciências e oportunidades. Milhares de empresas estão surgindo graças à privatização e à abertura de mercado. Esse novo ambiente é muito fértil e ficará cada vez mais. Embora as dificuldades sejam enormes as oportunidades também o são.

Para Carlos Alberto Sicupira (REVISTA VOCÊ S/A, 2002b, p.57),

O governo e as grandes empresas não vão criar mais vagas, e sim eliminá-las. Haverá mais gente no mercado de trabalho e menos oferta de emprego. Eis a missão dos empresários do novo Brasil: criar novos empregos. Trata-se de um problema que só pode ser solucionado por uma empresa que cresce, e quem cresce é a empresa nova. Não há mais espaço para grandes empreendimentos. Só há pequenos empreendimentos que se tornarão grandes, no médio e longo prazo. O sucesso dos novos empreendedores dependerá do sucesso dessas reformas e também do crédito que depositarem nas pessoas.

Para Bernhoeft (2002, p. A-3) o espírito empreendedor do brasileiro é reconhecido internacionalmente, “essa característica brasileira é mais acentuada até que em países como estados Unidos, França, Canadá e Itália. Mesmo assim temos também os mais altos índices de mortalidade de empresas”.

Levantamento realizado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, BNDES, (2001) indicou que, na média 18,3% delas fecham no primeiro ano de vida, 36,1% ao longo do segundo ano e 48,2% antes de completar o terceiro ano.

Outra pesquisa realizada pelo SEBRAE (2001), aponta o perfil da maioria dos empreendedores como sendo de pessoas que em algum momento enfrentaram

alguma adversidade. Ela pode ter sido de ordem profissional – desemprego ou dificuldade de acesso ao mercado de trabalho – ou até mesmo uma história familiar. Mas na opinião de Bernhoeft (2002, p. A-3), existem dois fatores que merecem registro por funcionarem como elementos de inibição do espírito empreendedor:

A família – especialmente de classe média -, que foi educada ou criou-se um sistema de “emprego como única fonte de realização”, torna-se um dos fatores que tolhem a iniciativa. Ela impede dessa forma, que o jovem considere a alternativa de tornar-se um empreendedor pelos receios da instabilidade ou, pior, pela falsa premissa da “segurança ou estabilidade do emprego”. Uma segunda instituição brasileira que não estimula o espírito empreendedor é a escola. Estruturada desde o início dentro de uma visão de preparar bons empregados para o mercado de trabalho, a escola mudou muito pouco ao longo dos últimos anos.

O ensino formal não valoriza a instituição e a capacidade de correr riscos, que são duas características indispensáveis aos que desejam iniciar algo por conta própria.

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

Para Bernhoeft (2002), seria útil que as famílias e as instituições de ensino começassem a olhar esse tema com interesse e de forma concreta. O Brasil do futuro vai depender também dessa capacidade de darmos aos nossos jovens a alternativa de criar seu próprio negócio.

Estima-se que no Brasil em 2002, 14,4 milhões de pessoas estavam envolvidas com alguma atividade empreendedora, ou seja, um em cada sete brasileiros que têm entre dezoito e sessenta e quatro anos de idade está abrindo negócio próprio. O Brasil tem uma taxa de empreendedorismo (porcentagem de

peças que abrem a própria empresa em relação à população economicamente ativa) maior do que a média mundial: 13,5% contra 12%, (IBQP, 2002, p. 1). A pesquisa foi apresentada pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), que em parceria com o SEBRAE, é responsável pela pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), no país. O levantamento foi feito em 37 países (eram 29 no ano anterior), que respondem por 92% do PIB, 62% da população e 12% da força de trabalho mundiais. Os dados foram coletados entre janeiro e agosto de 2002.

O Brasil, que já ocupou a primeira colocação na taxa de empreendedorismo em 2000, em 2002 passou para o sétimo posto. Foi ultrapassado por dois países que já faziam parte da pesquisa (Argentina 5º lugar e Coréia do sul, 4º) e foi batido por novos integrantes do levantamento: Tailândia (1º), Índia (2º), Chile (3º) e Nova Zelândia (6º), (IBQP, 2002, p. 1).

A principal novidade em relação ao Brasil é que o país quebrou seu próprio recorde. O GEM, que é coordenado mundialmente pela *Babson College* (EUA) e pela *London Business School* (Inglaterra), divide o empreendedorismo em duas categorias: movido pela oportunidade ou pela necessidade. Os brasileiros já lideravam neste segundo segmento, mas ampliaram a margem. Os empreendedores do país movidos pela necessidade equivalem a 7,5% da população entre 18 e 64 anos, enquanto que no mundo o índice é de apenas 1,9%. Além disso o Brasil inverteu a tendência observada no ano de 2001, em que predominaram no país os empreendedores movidos pela oportunidade. Esse grupo equivalia a 52% em 2001, mas foi reduzido a 44% em 2002. (IBQP, 2002, p. 21).

Felizmente o brasileiro consegue sobreviver, disse o diretor técnico do SEBRAE, Vinícius Lummertz, acrescentado que, nos últimos anos, 97% dos

empregos no país foram gerados sobre micro e pequenas empresas (KARAM, 2002).

A pesquisa do GEM apontou que aumentou o índice de empreendedoras brasileiras em 2001, a porcentagem de mulheres entre os que abriram novos negócios era de 38%. O índice subiu para 42% em 2002 (IBQP, 2002, p. 2).

O sucesso que empreendedores e pequenas empresas vem obtendo no mundo todo, inversamente às dificuldades e fracassos das grandes corporações, exige uma revisão dos conceitos e práticas da administração moderna. Deve atingir e influenciar, também as novas políticas empresariais, bem como as diretrizes econômicas dos nossos governos, sendo que uma das maneiras de iniciar este processo de mudança está nas universidades, que até agora apenas prepararam empregados para grandes empresas, inibindo o espírito empreendedor.

O Brasil aparece como um dos países de maior nível de empreendedorismo em 2002, pelo relatório da *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, ocupando a sétima posição com Taxa da Atividade Empreendedora (TAE) de 13,5 %, indicando que 13,5 em cada 100 adultos estavam envolvidos com alguma iniciativa empreendedora. Assim, para uma população urbana adulta (18 a 64 anos) de aproximadamente 106 milhões de pessoas, têm-se 14 milhões de empreendedores,(IBQP, 2002, p. 10).

Ainda segundo o relatório do IBQP, 2002, p. 11, “quase 60% (8,5 milhões) concentram-se nas regiões Sul e Sudeste. Sendo que a região Sul possui a maior Taxa de Atividade Empreendedora – TAE, 17,4%.

A grande concentração dos negócios empreendidos no Brasil, 21%, está no setor de comércio varejista, principalmente em atividades relacionadas à

alimentação (padarias, laticínios, etc.), vestuário (tecidos, armarinhos, calçados, etc.) e produtos em geral de construção e escritório.

O segundo maior setor, com 18% está na indústria de transformação, também com maior frequência em produtos alimentícios e de vestuários, seguidos, com menor números de observações pela indústria de móveis.

O terceiro grupo, com 12%, inclui os serviços na área de alimentação e alojamento.

Os outros grupos que aparecem com menor representação são: serviços pessoais 11%, atividades imobiliárias 8%, construção 6%, venda e manutenção de veículos 5%, e agricultura e pecuária 5%.

Independente se na indústria, comércio ou serviços, o grande foco das atividades dos empreendedores brasileiros situa-se na área de alimentos (IBQP, 2002, p. 12).

Duas são as principais razões que levam indivíduos a participarem de atividades empreendedoras: identificam uma oportunidade de negócio, ou encaram o empreendedorismo como uma última alternativa. Assim pode-se concluir que os novos empreendimentos são motivados por oportunidade ou por necessidade. Para IBQP (2002, p. 21), “no Brasil, até sete por cento da força de trabalho está engajada em um empreendedorismo por necessidade; 42% dos empreendimentos são motivados por oportunidade e 55% por necessidade.

Segundo o estudo, o empreendedorismo por necessidade tende a ser maior entre os países em desenvolvimento, “onde as dificuldades de inserção no mercado de trabalho levam as pessoas a buscar alternativas de ocupação”. Este índice (do empreendedorismo movido pela necessidade) deve servir de alerta para nossa sociedade, disse o presidente do IBQP – PR, Sérgio Prosdócimo, ressaltando que o

Brasil precisa mudar, “e rapidamente”, suas políticas de apoio às micro e pequenas empresas (KARAM 2002, p. A4).

2.1.4 Características do Empreendedor

Hoje há muita concordância entre os cientistas sobre as características dos empreendedores de sucesso: traços da personalidade, atitudes e comportamentos que contribuem para alcançar o êxito nos negócios. A grande pergunta que os pesquisadores se fazem é: quais são as características dos empreendedores de sucesso? Eles têm algo que os diferencie dos outros?

Mas por que essa preocupação em identificar o perfil dos empreendedores de sucesso? Para que possamos aprender a agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas. É importante termos consciência, entretanto, de que ainda não se pode estabelecer uma relação absoluta de causa e de efeito. Ou seja não se pode afirmar que uma pessoa dotada de tais características irá necessariamente alcançar o sucesso como empreendedor. O que se pode dizer é que, a pessoa apresenta características e aptidões mais comumente encontradas nos empreendedores, mais chances terá de ser bem sucedida.

Baseado nas pesquisas de Timmons e Hornaday (1994, 1982, apud DOLABELA, 1999, p. 37), se apresenta um resumo das principais características dos empreendedores:

- a) o empreendedor tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia;
- b) tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização;
- c) trabalha sozinho;

- d) tem perseverança e tenacidade;
- e) o fracasso é considerado um resultado como outro qualquer. O empreendedor aprende com os resultados negativos, com os próprios erros;
- f) tem grande energia. É um trabalhador incansável. Ele é capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe concentrar os seus esforços para alcançar resultados;
- g) sabe fixar metas e alcançá-las. Luta contra padrões impostos. Diferencia-se. Tem a capacidade de ocupar um espaço não ocupado por outros no mercado. Descobrir nichos;
- h) tem forte intuição. Como no esporte, o que importa não é o que se sabe mas o que se faz;
- i) tem sempre alto comprometimento. Crê no que faz;
- j) cria situações para obter feedback sobre o seu comportamento e sabe utilizar tais informações para seu aprimoramento;
- k) sabe buscar, utilizar e controlar recursos;
- l) é um sonhador realista. Embora racional, usa também a parte direita do cérebro;
- m) é líder. Cria um sistema próprio de relações com empregados. É comparado a um “líder de banda”, que dá liberdade a todos os músicos, extraindo deles o que têm de melhor, mas conseguindo transformar o conjunto em algo harmônico, seguindo uma partitura, um tema, um objetivo;
- n) é orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo;
- o) aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho;
- p) tece “redes de relações” (contatos, amizades), moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar os seus objetivos. A rede de relações interna (com sócios, colaboradores), é mais importante que a externa;
- q) o empreendedor de sucesso conhece muito bem o ramo em que atua;
- r) cultiva a imaginação e aprende a definir visões;
- s) traduz os seus pensamentos em ações;
- t) define o que deve aprender (a partir do não definido), para realizar as suas visões. É pró-ativo diante daquilo que deve saber: primeiramente define o que quer, aonde quer chegar, depois busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo. Preocupa-se em aprender a aprender, por que sabe que no seu dia-a-dia será submetido a situações que exigem a constante apreensão de conhecimentos que não estão nos livros. O empreendedor é um fixador de metas;
- u) cria um método próprio de aprendizagem. Aprende a partir do que faz. Emoção e afeto são determinantes para explicar o seu interesse. Aprende indefinidamente;
- v) tem alto grau de “internalidade”, o que significa a capacidade de influenciar as pessoas com as quais lida e a crença de que pode mudar algo no mundo. A empresa é um sistema social que gira em torno do empreendedor. Ele acha que pode provocar mudanças nos sistemas em que atua;
- w) o empreendedor não é um aventureiro; assume riscos moderados. Gosta do risco, mas faz tudo para minimizá-lo. É inovador e criativo, (a inovação é relacionada ao produto. É diferente da invenção, que pode ter consequência a um produto);
- x) tem alta tolerância à ambigüidade e à incerteza e é hábil em definir a partir do indefinido;

- y) mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidade de negócios.

Para DORNELAS (2001, p. 30) o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador e alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa. De uma idéia surge uma inovação, e desta, uma empresa.

O mesmo autor (2001 p. 31), diz: “ é possível identificar que os empreendedores de sucesso possuem as seguintes características”:

- a) são visionários: têm a visão de como será o futuro de seu negócio e de sua vida, pois tem a habilidade de implementar seus sonhos;
- b) sabem tomar decisões: sabem tomar as decisões corretas, principalmente nos momentos de adversidade, implementando suas ações rapidamente;
- c) são indivíduos que fazem a diferença: os empreendedores transformam algo de difícil definição, uma idéia abstrata em algo concreto, que funciona transformando o que é possível em realidade. Agregam valores a tudo que colocam no mercado;
- d) sabem explorar ao máximo tudo que colocam no mercado: para os empreendedores as boas idéias são geradas daquilo que todos conseguem ver mais não identificaram algo prático para transformá-las em oportunidade, por meio de dados e informação, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta;

- e) são determinados e dinâmicos: implementam suas ações, mantendo-se sempre dinâmicos, com vontade de fazer acontecer e são inconformados com a rotina;
- f) são dedicados: são incansáveis e loucos pelo trabalho, pois encontram energia para continuar, mesmo quando encontram problemas pela frente;
- g) são otimistas e apaixonados pelo que fazem: adoram o trabalho que realizam, e que os deixa cada vez mais animados e auto-determinados, pois sabem como ninguém, como fazê-lo;
- h) são independentes e constroem o próprio destino: querem estar a frente das mudanças, criar algo novo, determinar os próprios passos, ser o próprio patrão e gerar empregos;
- i) ficam ricos: acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios;
- j) são líderes e formadores de equipes: têm um senso de liderança incomum, pois sabe valorizar, estimular e recompensar o time que esta em torno de si. Sabe que depende da equipe de profissionais competente, recrutando as melhores pessoas para assessorá-lo nos campos onde não detêm o melhor conhecimento;
- k) são bem relacionados: sabem construir uma rede de contatos que os auxilie;
- l) são organizados: sabem obter e alocar todo e qualquer recurso, procurando sempre o melhor desempenho para o seu negócio;

- m) planejam: tendo como base a forte visão de negócio que possuem, os empreendedores de sucesso planejam cada passo de seu negócio;
- n) possuem conhecimento: saber e apreender continuamente, pois sabem que o conhecimento pode vir da experiência prática, de informações, cursos e conselhos de pessoas com empreendimentos semelhantes;
- o) assumem riscos calculados: essa é a característica mais conhecida dos empreendedores, pois assumem riscos sabendo gerenciar os mesmos, avaliando as reais chances de sucesso. Quanto maior o desafio, mais estimulante a jornada empreendedora será;
- p) criam valor para a sociedade: utilizam seu papel intelectual criando valor para a sociedade, com geração de empregos, dinamizando a economia e sempre usando a sua criatividade para buscar soluções e melhorar a vida das pessoas.

A figura do empreendedor envolve vários aspectos, pois ele é um ser humano que possui características de personalidade peculiares, além de ter uma empresa a ser usada para satisfazer as suas necessidades. As características mais comuns aos empreendedores de sucesso estão baseadas em:

Necessidades – As necessidades dos empreendedores podem ser classificadas de diferentes formas. Segundo Lezana (2000, p. 11) “são déficit ou a manifestação de um desequilíbrio interno do indivíduo”. Elas podem ser satisfeitas, permanecer no organismo ou transferir para outro objeto, causando um estado de tensão, insatisfação, desconforto e desequilíbrio.

Destaca-se como necessidades dos empreendedores para Murray (apud BRINGHENTI, 2000, p. 8):

Necessidade de Aprovação: ser respeitado pelos amigos, conseguir uma elevada posição na sociedade, aumentar o prestígio da família e conquistar algo e ser reconhecido por isto. Esta é uma necessidade apresentada em maior ou menor grau, mas praticamente todos os indivíduos a possuem.

Necessidade de Independência: Impor seu enfoque no trabalho, obter flexibilidade na vida profissional e familiar, controlar seu tempo, confrontar-se com problemas e oportunidades de analisá-los e fazer crescer uma nova empresa. Crer que é o momento de sua vida. Essa é geralmente uma das primeiras necessidades em que o empreendedor se frustra, normalmente a sonhada liberdade de ação se torna em horas extras. Para superá-la é necessário muita dedicação e perseverança.

Necessidade de Desenvolvimento Pessoal: ser inovador e estar a frente do desenvolvimento tecnológico, transformar uma idéia em produto ou serviço, e estar num constante aprendizado, aproveitando todas as oportunidades.

Necessidade de Segurança: sentir-se seguro em relação a fatores como: desemprego, falta de recursos para uma vida digna e condições para desenvolver seu potencial e dispor de recursos necessários para enfrentar imprevistos.

Necessidade de auto-realização: obter realização pessoal, maximizar seu potencial e tornar-se aquilo de que é capaz.

Conhecimentos – para Chiavenatto (1994), conhecimento representa aquilo que as pessoas sabem a respeito de si mesmas e sobre o ambiente que as rodeia. O conhecimento é profundamente influenciado pelo ambiente físico e social,

pela estrutura e processos fisiológicos e pelas necessidades e experiências anteriores de cada ser humano.

O empreendedor para operar uma empresa com sucesso deve possuir conhecimentos diferenciados de cada etapa na qual a empresa se encontra. Para Lezana (2000, p. 34), devem ser observados os seguintes aspectos para o conhecimento do empreendedor:

Aspectos técnicos relacionados com o negócio: deve saber de todo o processo técnico que envolve a produção

Experiência na área comercial: dar um novo enfoque empresarial atendendo as necessidades da clientela, adaptando e inovando.

Escolaridade: O empreendedor deve possuir um nível mínimo de escolaridade que lhe permita o gerenciamento do novo negócio. Isso não significa que conhecimentos mais aprofundados prejudiquem.

Experiência em empresas: é o fator diferenciador possuir experiência em trabalhos anteriores para um maior entendimento dos setores e funções de sua futura empresa. Facilitando a gestão de aspectos organizacionais, permitindo uma visão global do negócio.

Formação complementar: aquisição de novos conhecimentos e atualização dos que já possui. Necessidade essa pela dinâmica das mudanças que ocorrem no mercado, trabalhando para antecipar cada vez mais o futuro.

Vivência com situações novas: as mudanças possibilitam vivenciar as situações novas com mais facilidade tendo o empreendedor mais consciência da realidade, oferecendo conseqüentemente maior capacidade de êxito.

Habilidades – Capacidade que o indivíduo possui, física ou mentalmente, manifestada através de ações executadas a partir do seu conhecimento. À medida

que se pratica em uma determinada situação, a resposta vai se incorporando ao sistema cognitivo da pessoa,

Para Lezana (2000, p. 39), dentre as principais habilidades destacam-se:

Identificação de novas oportunidades: capacidade de ver o que os outros não vêem. Criatividade.

Valoração de oportunidades e pensamento criativo: mostrar aos outros a importância das idéias inovadoras. Necessidade de atribuir valor àquilo que se apresenta como uma oportunidade.

Comunicação persuasiva: ser entusiasta em convencer os outros ao falar de suas idéias e, principalmente, convencê-las de associar-se ao seu novo negócio.

Negociação: habilidade de negociar, convencendo as pessoas a respeito de suas intenções.

Aquisição de informações: conhecer o mercado e como os clientes estão se comportando, tendo a melhor maneira de atendê-los. O empreendedor deve ter habilidades que lhe permita adquirir estas informações, e estar suficientemente informado para adotar as modificações e exigências necessárias para enfrentar uma nova realidade.

Resolução de problemas: melhorar o que já existe, adaptando e revolucionando o implantado, encontrando soluções inovadoras para problemas existentes.

Valores – os valores manifestam-se nas atitudes e comportamentos dos indivíduos, expressando as virtudes e defeitos que os caracterizam, baseados num conjunto de crenças, preferências, aversões, predisposições internas e julgamentos, que contribuem para o desenvolvimento das características do indivíduo. A

hierarquia de valores é diferenciada de indivíduo para indivíduo. Para Empinotti (1994, apud CIELO, 2001, p. 43), os valores podem ser classificados da seguinte forma:

Valores existenciais: referem-se à vida sob todos os aspectos, dimensões e níveis: saúde, alimentação, lazer, educação, segurança, etc. Por serem os mais abrangentes constituem-se num dos principais referenciais na constituição da visão de mundo das pessoas.

Valores estéticos: são valores ligados a sensibilidade e que o empreendedor deve despertar e cultivar a partir de seu ambiente familiar, do espaço geográfico, da natureza e da sua própria empresa. Influenciam no modo de ser de todos os indivíduos e em suas relações com o meio.

Valores intelectuais: o intelecto é instrumento privilegiado da pessoa humana. O seu cultivo e aprimoramento ajudarão o empreendedor a imprimir o ritmo da inovação e criatividade aplicadas na sua empresa.

Valores morais: referem-se à doutrina, princípios e normas, padrões orientadores do procedimento humano. Os valores éticos do empreendedor implicam na retidão de caráter, comportamento e honestidade em relação à sociedade.

Valores religiosos: são os valores ligados a atitudes religiosas. Da necessidade do ser humano manifestar suas crenças.

De acordo com Oliveira (1995), existem seis tipos de situações diferentes com relação a conhecimento necessário para empreender:

- a) empreendedores que foram criados em permanente contato com o tipo de negócio em que empreenderão, como exemplo o negócio da família;
- b) empreendedores podem entrar no negócio sem ter experiência, vindo a aprender, procurando conhecer melhor e transferindo para o negócio as experiências dos outros campos de trabalho;
- c) empreendedores com vocação para o ramo de negócios que irão atuar, desenvolvendo um aprendizado intenso e profundo, prosseguindo num nível cada vez maior depois que o negócio foi iniciado;

- d) o empreendedor pode também estar se lançando no ramo de negócios no qual já tenha trabalhado, aplicando aspectos básicos anteriormente aprendidos, em seu empreendimento;
- e) empreendedores também passam a gerir empresas que estão diretamente associadas ao tipo de educação profissional que tiveram;
- f) empreendedores que parecem não terem se preparado especificamente, mas que provavelmente são dotados de certa curiosidade intelectual, aprendendo de tudo um pouco, para que esses conhecimentos sejam aplicados ao negócio que operam.

Na prática, dificilmente, empreendedores se enquadram em apenas uma das modalidades de conhecimento, mas uma complexa combinação de vários fatores. Um fato, no entanto é primordial, empreendedores devem pensar e analisar muito sobre aquilo que pretendem (amadurecer a idéia). É preciso, assim, conhecer o negócio para tomar decisões e investir dinheiro, pois a falta de conhecimentos sobre o negócio, é um dos motivos que levam a falência das empresas.

2.1.5 Perfil do empreendedor

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

avaliação, refletindo honestamente e objetivamente sobre aspectos fundamentais de sua personalidade.

Algumas características são decisivas para quem pretende se aventurar pelo mundo dos negócios. De acordo com a pesquisa do SEBRAE (2002), destacam-se 10 qualidades na personalidade de homens e mulheres de negócio que obtiveram sucesso à frente de seus empreendimentos:

- 1- Assumir riscos - os riscos fazem parte de qualquer atividade e é preciso aprender a administrá-los. Arriscar significa ter coragem para enfrentar desafios, ousar a execução de um empreendimento novo e escolher os melhores caminhos, conscientemente.
 - a) você gosta de desafios?
 - b) gosta de experimentar os limites de sua capacidade?
 - c) é capaz de deixar uma situação segura, para arriscar novas oportunidades? Sabe enfrentar riscos?
- 2- Aproveitar oportunidades - o empreendedor tem que estar sempre atento e ser capaz de perceber, no momento certo, as oportunidade de negócio que o mercado oferece.
 - a) você sabe transformar situações de risco em oportunidades?
 - b) sabe identificar tendência e oportunidades de futuro?
- 3- Conhecer o ramo - quanto mais você dominar o ramo em que pretende atuar, maiores serão suas chances de êxito. Se você já tem experiência no setor, ótimo. Se não tem, busque aprender através de cursos, livros, centros de tecnologia, ou até com outros empresários.
 - a) você tem experiência profissional naquilo que almeja?
 - b) já administrou uma empresa?

- c) já administrou alguma unidade empresarial? Foi bem sucedido?
- d) está sempre atualizado com as novidades empresariais?
- e) acompanha as mudanças e tendências econômicas e políticas nacionais e internacionais?

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

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

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

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

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

- a) você sabe delegar responsabilidades?
- b) as pessoas aceitam suas delegações?
- c) você se destaca em seus grupos sociais?
- d) sabe valorizar um empregado?
- e) você já foi líder de algum grupo por escolha democrática? Foi bem sucedido?
- f) sabe influenciar as pessoas em suas decisões, sem deixar resquícios emocionais?

7- Ter talento - o empreendedor precisa ter talento e uma certa dose de inconformismo diante das atividades rotineiras para transformar simples idéias em negócios efetivos.

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

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

- a) você sabe lutar por suas idéias?
- b) gosta de competir?

c) sabe perder e ganhar?

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

a) você tem visão de sucesso?

b) sabe superar dificuldades com equilíbrio?

c) tem ambição em suas metas?

d) tem satisfação em suas conquistas e pretende outras?

e) sabe transformar seus sonhos em realidade?

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

2.1.6 As duas faces do Empreendedor

O velho modelo do profissional de sucesso, aquele que saía das melhores universidades, iniciava sua carreira, subindo cada degrau na hierarquia rígida e verticalizada da empresa, está em declínio, pois em seu lugar existem novos caminhos para trilhar uma vida profissional brilhante. A atitude é que faz a diferença. Mais do que nunca o mercado valoriza quem sabe empreender. São profissionais inovadores inquietos, que quebram as regras, correm atrás de seus sonhos e sabem reconhecer oportunidades.

Não importa se o empreendedor é funcionário de uma empresa ou se está tocando seu próprio negócio. Inovação depende basicamente de como a pessoa encara sua vida, e não do lugar em que está trabalhando.

Pinchot (1985, REVISTA VOCÊ s.a., 2001, p. 22), já falava sobre o empreendedorismo dentro das empresas, batizado de *intrapreneurs*, em inglês para diferenciá-lo dos *entrepreneurs* (os empreendedores que têm seu próprio negócio). Hoje em dia, essa demanda está cada vez maior. As empresas precisam inovar o tempo todo se quiserem aumentar sua receita e conquistar novos clientes e novos mercados.

Muitas vezes, empreendedores tomavam o caminho do negócio próprio porque não achavam um bom emprego ou porque queriam se livrar do manda-e-desmanda dos chefes. E, caso se dessem mal tocando o negócio, dificilmente conseguiam se recolocar no mercado. Agora, o cenário é outro. Executivos optam por ter seu próprio negócio porque acreditam que essa é a saída para terem efetivamente o controle de sua carreira. Acreditam que assim poderão inovar mais, colocar em prática seus sonhos; por outro lado empresas buscam executivos com perfil empreendedor, que trabalhem com a idéia de que seu departamento é como se fosse seu próprio negócio.

Não dá para esquecer que o nível de empreendedorismo exigido dos funcionários numa grande corporação é sempre mais limitado que aquele do dono do próprio negócio. Na prática, algumas empresas ainda têm sérias dificuldades em lidar com as tensões, conflitos e críticas que esse tipo de profissional gera dentro da empresa, muitas ainda são burocráticas, têm uma hierarquia rígida. Esse ambiente é hostil para quem tem sangue de empreendedor correndo nas veias.

| | Dono do próprio negócio | Funcionário |
|--------------------|--|---|
| Inovação | Tem mais liberdade e espaço para desenvolver seus projetos | É mais restrita ao organograma da empresa |
| Exposição ao risco | É maior. Afinal, é você | É mais limitada, em função |

| | | |
|----------------------|--|--|
| | quem esta dando a cara para bater | da própria estrutura da corporação |
| Remuneração | É irregular. Está vinculada diretamente ao retorno do projeto | É garantida. Além disso, a empresa oferece benefícios extras, como plano de saúde e seguro de vida |
| Ambiente de trabalho | Tende a ser mais informal, já que a estrutura geralmente é menor | Em geral, há maior formalidade, em consequência da hierarquia |
| Infra-estrutura | Tem de estar disposto a fazer um pouco de tudo | Conta com todo o suporte que a empresa possui |

Quadro 1 – As duas faces do Empreendedor

Fonte: Adaptado Revista VOCÊ s.a., (2001, p. 24).

Observamos no quadro 1, que o empreendedor, dono do próprio negócio, é aquele indivíduo que está à prova todo o instante e tem que demonstrar seu comprometimento, seu talento, sua criatividade e estar disposto a superar os desafios impostos, muitas vezes pela falta de estrutura de sua empresa, outras pela irregularidade do retorno financeiro, porém com maior liberdade para utilizar de sua criatividade na administração da empresa. Enquanto o empreendedor funcionário possui uma série de limitações, pois está restrito a atuar dentro de certos limites que a empresa permite.

Segundo Filion (1994, apud DOLABELA 1999, P. 120), os atributos da “consciência de si” (*self-awareness*) de gerentes e empreendedores diferem consideravelmente. O *know-how* também é diferente, uma vez que no gerente ele é voltado para a organização de recursos, enquanto o do empreendedor se direciona para a definição de contextos.

| Gerente | Empreendedor |
|---|---|
| Tenta otimizar os recursos para atingir metas. | Estabelece uma visão e objetivos, depois localiza os recursos. |
| Opera dentro de uma estrutura existente. | Define tarefas e papéis que criam uma estrutura de organização. |
| Busca aquisição de conhecimentos gerenciais e técnicos. | Apóia-se na auto-imagem geradora de visão, inovação. Busca adquirir <i>know-how</i> e <i>know-who</i> . |
| A chave é se adaptar às mudanças. | A chave é iniciar as mudanças. |
| Seu padrão de trabalho implica análise racional. | Seu padrão de trabalho implica imaginação e criatividade. |
| Trabalho centrado em processos que se apóiam no meio em que ele se desenvolve. | Trabalho centrado no planejamento de processos que resultam de uma visão diferenciada do meio. |
| Apoiado na cultura da afiliação. | Apoiado na cultura da liderança. |
| Centrado no trabalho em grupo e na comunicação grupal. | Centrado na evolução individual. |
| Desenvolvimento dos dois lados do cérebro, com ênfase no lado esquerdo. | Desenvolvimento dos dois lados do cérebro, com ênfase no lado direito. |
| Desenvolve padrões para a busca de regras gerais e abstratas. O gerente está em busca de princípios que possam transformar-se em comportamentos empresariais de eficácia. | Lida com situações concretas e específicas. Uma oportunidade é única, é um caso diferente de outros e deve ser tratada de forma diferenciada. |
| Baseia-se no desenvolvimento do conceito de si, com ênfase na adaptabilidade. | Baseia-se no desenvolvimento do conceito de si, com ênfase na perseverança. |
| Voltado para a aquisição de <i>know-how</i> | Voltado para a aquisição de <i>know-how</i> |

| | |
|---|---|
| em gerenciamento de recursos e da área da própria especialização. | em definir contextos que levem à ocupação do mercado. |
|---|---|

Quadro 2 – Análise comparativa entre Gerente e Empreendedor

Fonte: Adaptado de Dolabela (1999, p. 120).

O quadro 2, mostra que o gerente de modo geral, pelos tópicos abordados, é reativo, tentando se adaptar as mudanças impostas, enquanto o empreendedor é pró-ativo nas ações de administrar a empresa.

O administrador tem sido objeto de estudo há muito mais tempo que o empreendedor, e mesmo assim, ainda persistem dúvidas sobre o que o administrador realmente faz. A abordagem clássica ou processual, com foco na impessoalidade, na organização e na hierarquia, propõe que o trabalho do administrador ou a arte de administrar concentre-se nos atos de planejar, organizar, dirigir e controlar.

Rosemary Stewart (1982, apud DORNELAS, 2001, p. 29), acredita que o trabalho dos administradores é semelhante ao dos empreendedores, já que compartilham de três características principais: demandas, restrições e alternativas. Nesse método de Stewart não há a preocupação de estudar o conteúdo do trabalho do administrador. As demandas especificam o que tem de ser feito. Restrições são os fatores internos e externos da organização que limitam o que o responsável pelo trabalho administrativo pode fazer. Alternativas identificam as opções que o responsável tem na determinação do que fazer e de como fazer.

Hampton (1991, apud DORNELAS, 2001, p. 29), diz que os administradores diferem em dois aspectos: o nível que eles ocupam na hierarquia, que define como os processos administrativos são alcançados, e o conhecimento que detém, segundo o qual são funcionais ou gerais. Em relação aos níveis, o trabalho

administrativo pode ser identificado como: de supervisão, médio e alto. Os supervisores tratam comumente de operações de uma unidade específica, como uma seção ou departamento. Os administradores médios ficam entre os mais baixos e os mais altos níveis na hierarquia em uma organização. E os administradores de alto nível são aqueles que têm mais alta responsabilidade e a mais abrangente rede de interações. Outro aspecto estudado é a diferenciação dos gerentes em funcionais e gerais, independentemente do nível que ocupam na organização. Os funcionais são os encarregados de partes específicas de uma organização, e os gerais aqueles que assumem responsabilidades amplas e multifuncionais.

O empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa. De uma idéia, surge uma inovação, e desta, uma empresa.

Para Dornelas (2001), as diferenças entre os domínios empreendedor e administrativo podem ser comparadas em cinco dimensões distintas de negócio: orientação estratégica, análise das oportunidades, comprometimento dos recursos, controle dos recursos e estrutura gerencial. Fillion (1997, apud DORNELAS, 2001, p. 33), observa que o gerente é voltado para a organização de recursos, enquanto o empreendedor é voltado para a definição de contextos. complementa ainda:

É interessante observar que o empreendedor de sucesso leva consigo uma característica singular, que é o fato de conhecer como poucos o negócio em que atua, que leva tempo e requer experiência. Talvez esse seja um dos motivos que levam à falência empresas criadas por jovens entusiasmados, mas sem o devido preparo (DORNELAS, 2001, p.33).

Outro fator que diferencia o empreendedor de sucesso do administrador comum é o constante planejamento a partir de uma visão de futuro, já que o ato de planejar é considerado uma das funções básicas do administrador desde os tempos

de Fayol. Seria o empreendedor aquele que assume as funções os papéis e as atividades do administrador para atingir seus objetivos, sendo nesse caso um administrador completo, que incorpora as várias abordagens existentes sem se restringir a apenas uma delas, e interage com seu ambiente para tomar as melhores decisões.

| Dimensões do Negócio | Domínio Empreendedor | | Domínio Administrativo | |
|------------------------------|---|--|---|---|
| Orientação Estratégica | Mudanças rápidas: Tecnológicas, Valores Sociais e Regras Políticas | Dirigido pela percepção de oportunidades. | Critérios de medição de desempenho; sistemas e ciclos de planejamento | Dirigido pelos recursos atuais sobre controle. |
| Análise das Oportunidades | Orientação para a ação; decisões rápidas; gerenciamento de risco. | Revolucionário com curta duração. | Reconhecimento de várias alternativas; negociação da estratégia; redução do risco. | Revolucionário de longa duração. |
| Comprometimento dos Recursos | Falta de previsibilidade das necessidades; falta de controle exato; necessidade de aproveitar mais oportunidades; pressão por mais eficiência. | Em estágios periódicos com mínima utilização em cada estágio. | Redução dos riscos pessoais; utilização de sistemas de alocação de capital e de planejamento formal. | Decisão tomada passo a passo, com base em um orçamento. |
| Controle dos Recursos | Risco da obsolescência; necessidade de flexibilidade. | Uso mínimo dos recursos existentes ou aluguel dos recursos extras necessários. | Poder, <i>status</i> e recompensa financeira; medição da eficiência; inércia e alto custo das mudanças; estrutura da empresa. | Habilidade no emprego dos recursos. |
| Estrutura Gerencial | Coordenação das áreas chave de difícil controle; desafio de legitimar o controle da propriedade; desejo dos funcionários de serem independentes | Informal, com muito relacionamento pessoal. | Necessidade de definição clara de autoridade e responsabilidade; cultura organizacional; sistemas de recompensa; inércia dos conceitos administrativos. | Formal com respeito à hierarquia. |

Quadro 3 – Comparação dos domínios empreendedor e administrativo.

Fonte: Adaptado de Dornelas (2001, p.34).

No quadro 3, percebe-se a diferença entre o domínio empreendedor, muito

mais prático, agindo muitas vezes com a emoção, adaptando-se rapidamente as mudanças do meio em que está inserido, orientado sobre tudo pra a ação, enquanto pessoas com domínio administrativo, obedecem um cronograma pré-estabelecido, regras, padrões, e hierarquias.

2.1.7 Lições de um empreendedor

O empreendedor é aquele que constrói ou tenta aproveitar uma oportunidade gerada pela escassez de algum tipo de recurso. É o que cria algo que tem o potencial de ser perene. Criar algo que acaba rápido não é sucesso. O sucesso virá apenas ao longo dos anos de gerações.

Empreendedor é quem aceita o desafio de fazer algo que a maioria das pessoas acha impossível, ou que nunca foi feito. O empreendedor, então, é um sonhador? Não, é um realizador de sonhos: os dele e os de muita gente que gostaria de realizá-lo.

O empreendedor é um herói solitário no mundo dos negócios. Está disposto a enfrentar tempo ruim, cara feia, juros altos, crises políticas e incertezas. Tudo para garantir que seu sonho se transforme num grande e importante negócio. Ousa doar sua vida a uma idéia. Enfrenta a primeira crise, a segunda, a terceira. Por isso, tem em seu currículo histórias surpreendentes, lições de coragem, persistência e dedicação tirados do dia a dia.

Britto e Wever (2003, p. 40), apresentam 10 principais lições para um empreendedor:

- a) suor – Paixão e suor se confundem muito. Um grande empreendimento é feito com muito trabalho. Os empreendedores têm de fazer com que elas aconteçam;
- b) imagem – A imagem de um grande empreendedor não é criada de maneira cosmética, mas sim, conquistada de forma concreta a cada milímetro. As empresas desses homens refletem a imagem pretendida. Não têm excessos. São funcionais quase espartanas;
- c) governo – Quem é brasileiro não pode deixar de lado a presença do governo. É consenso que o governo mais complica do que ajuda. São mudanças repentinas, sustos, novos impostos. Os empreendedores mostram que se deve esquecer o governo e tocar a vida;
- d) dinheiro – Aqueles que pensam em iniciar um negócio próprio têm sempre como fator de inibição, ou pelo menos de preocupação, o capital a ser empregado;
- e) inquietude – Imerso no dinâmico mercado de tecnologia, além de ter de se atualizar tecnicamente também deve se reinventar nos aspectos gerenciais. A reinvenção do próprio negócio é saudável em todos os sentidos, pois cria uma nova sensação de desafios e conquistas;
- f) família – Entre os empreendedores, todos vêem a família como um importante ponto a favor de seu sucesso. Têm certeza de que muitos sacrifícios foram necessários, mas passadas as tempestades, todos vivem sobre o signo da qualidade de vida, mas sabem que para quem esta começando, esta é uma difícil tarefa;

- g) equipe – Ninguém faz nada sozinho. Este é outro pensamento que permeia a mente dos empreendedores. Todos, sem exceção, ressaltam a importância da pessoa certa, no momento certo;
- h) coragem – Todos quebram paradigmas. São fazedores por excelência. Não têm medo de cair e, caso isso aconteça, levantam-se com grande maestria;
- i) opiniões – Nada supera o instinto. Muitos empreendedores buscam a avaliação de consultorias respeitadas e até dos palpiteiros de plantão na hora de decidir começar um empreendimento. Mas o que os leva ao sucesso é ouvir atentamente aquilo que o instinto lhes fala;
- j) vender – Não passo um dia sem vender. Esta frase está na boca dos empreendedores de sucesso. Todos eles, não importa a etapa da vida em que estão, não deixam nunca de cuidar da área de vendas. Um grande negócio se faz com atenção nos detalhes. O gosto pelo comércio, em suas raízes, não sai das veias desses empreendedores bem sucedidos. Se existe uma palavra que resume tudo isso é: paixão.

Não saber distinguir entre uma idéia e uma oportunidade é uma das grandes causas de insucesso. A confusão entre idéia e oportunidade é muito comum entre os empreendedores iniciantes. Para Dolabela (1999, p. 65), atrás de uma oportunidade sempre existe uma idéia, mas somente um estudo de viabilidade, indicará seu potencial de transformar-se em um bom negócio.

| Idéias | Oportunidades |
|---|---|
| Negócios existentes: pode haver excelentes oportunidade em negócios em falência. | Ela deve se ajustar ao empreendedor. |
| Franquias e patentes | É um alvo móvel. Se alguém a vê, ainda há tempo de aproveitá-la. |
| Licença de produtos: uma fonte de boas idéias é assinar revistas da área. Corporações, universidades e institutos de pesquisas não lucrativos podem ser fontes de idéias. | Um empreendedor habilidoso dá forma a uma oportunidade onde outros nada vêem, ou vêem muito cedo ou tarde. |
| Feiras e exposições. | Idéias não são necessariamente oportunidades (embora no âmago de uma oportunidade exista uma idéia). |
| Empregos anteriores. | A oportunidade é a fagulha que detona a explosão do empreendedorismo. |
| Contatos profissionais. | Há maior quantidade de idéias do que boas oportunidades de negócios. |
| Consultoria. | Características da oportunidade: é atraente, durável, tem hora certa, adiciona valor ou produto. |
| Pesquisa universitária. | Apresenta um desafio: quanto mais imperfeito o mercado, mais abundantes são as oportunidades. |
| Idéias do que deram certo em outros lugares. | Reconhecer e agarrar oportunidades não é questão de usar técnicas, mas depende da capacidade do empreendedor. |
| Experiência adquirida enquanto consumidor. | |
| Mudanças demográficas e sociais. | |
| Caos econômico, crises, atrasos. | |
| Uso das capacidades e habilidades pessoais. | |
| Imitação. | |
| Dar vida a uma visão. | |
| Transformar um problema em uma oportunidade. | |
| Descobrir algo que já existe: melhorar, acrescentar algo novo à idéia já existente. | |
| Combinar de uma forma nova. | |

Quadro 4 – Idéias e Oportunidades

Fonte: Adaptado de Dolabela (1999, p. 65)

O quadro 4 traz algumas diferenças entre possuir uma idéia, possibilidades

de se colocar em prática algo, aproveitar experiências anterior, e oportunidades, ver aquilo que outros não enxergam e por em prática algo novo, ocupar um mercado ainda não explorado.

2.2 Empresas

Empresa é uma entidade jurídica que tem como obrigação apresentar lucro, lucro este suficiente para permitir sua expansão e o atendimento das necessidades sociais. (CASSARO, 1999, p.2).

Segundo Franco (1991), empresa é toda atividade econômica com fim lucrativo. É toda entidade constituída sob qualquer forma jurídica para exploração de uma atividade econômica seja mercantil, industrial, agrícola ou prestação de serviços.

O artigo 6º da Lei n.º 4.137, de 10/09/1962 (RECEITA FEDERAL), define empresa como toda organização de natureza civil ou mercantil destinada à exploração por pessoa física ou jurídica de qualquer atividade com fins lucrativos.

Demac (1990, apud LEZANA, 2000, p. 64), tem a seguinte definição:

Empresa é um lugar onde se cria riqueza e que permite pôr em operação recursos intelectuais, humanos, materiais e financeiros para extrair, produzir, transformar ou distribuir bens e serviços de acordo com objetivos fixados por uma administração. De maneira geral estes objetivos se relacionam, em maior ou menor grau com a ambição de ganho e com o benefício social.

As empresas em todo o mundo, podem ser classificadas em função dos quantitativos de empregados, de faturamento, patrimônio e capital, elementos que podem ser usados isoladamente ou em conjunto.

Para Longnecker, Moore e Petty (1997, p. 27), especificar qualquer padrão de tamanho para definir pequenas empresas é algo necessariamente arbitrário porque as pessoas adotam padrões diferentes para propósitos diferentes. Os legisladores, por exemplo podem excluir as pequenas empresas de certas regulamentações e especificar dez empregados como limite. Além disso, uma

empresa pode ser descrita como “pequena” quando comparada com empresas maiores, mas “grande” quando comparada com menores.

Longnecker, Moore e Petty (1997, p. 27), afirma que a maioria das pessoas, classificaria postos de gasolina, restaurantes locais e lojas locais de varejo de proprietários independentes como pequenas empresas. Do mesmo modo a maioria concordaria que os principais fabricantes de automóveis são grandes empresas. E as empresas entre esses tamanhos seriam classificadas como grandes ou pequenas com base e pontos de vista individuais.

No Brasil a classificação em micros, pequenas, médias e grandes empresas é feita através de critérios que são utilizados para identificar o porte de uma empresa, tais como: número de empregados, volume de faturamento/receita anual, patrimônio, número de estabelecimentos existentes, entre outros; critérios estes adotados por órgãos governamentais (IBGE, Receita Federal), Sebrae, bancos, entidades de classe, entre outros.

É importante destacar que o enquadramento de uma empresa como pequena, média ou grande é inevitável nos dias de hoje, já que isenção de impostos, obtenção de créditos, registros e incentivos acontecem em função do porte da empresa.

No Estado do Paraná de acordo com o decreto Nº 246 de 29/01/2003 que instituiu a gradação da carga tributária mediante adoção do princípio da progressividade de incidência do Imposto sobre Circulação de Mercadorias – ICMS. Isto faz com que o contribuinte possa estar enquadrado mês a mês, e de acordo das peculiaridades operacionais de seu ramo de atividade, em distinta faixa de contribuição, conforme a seguir:

- a) Os contribuintes com receita bruta anual até R\$ 180 mil (ou mensal de até R\$ 15 mil) não pagarão ICMS
- b) Quando o valor ultrapassar a R\$ 180 mil, até R\$ 480 mil (ou até R\$ 40 mil mensais) pagarão 2%, pela parcela excedente.
- c) Excedendo-se a R\$ 480 mil até 1,2 milhão (ou até R\$ 100 mil mensais), o recolhimento será de 3%, sobre o que ultrapassar.
- d) Entre R\$ 1,2 milhão e R\$ 1,5 milhão (ou R\$ 125 mil mensais), no limite superior, a alíquota será de 4% sobre o que exceder.

Por meio do Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições Federais das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – Simples – Lei 9.317 de 05/12/1996 e Lei 9.732 de 11/12/1998, (RECEITA FEDERAL) que é a forma unificada de pagamento de vários impostos e contribuições federais, as microempresas e as empresas de pequeno porte passarão a pagar vários impostos e contribuições federais uma única vez e em uma única data.

O valor a ser pago no simples é calculado pelo faturamento mensal de acordo com a tabela aplicada sobre a receita bruta.

Tabela 1 – Recolhimento de Simples

| PORTE | FATURAMENTO | ALÍQUOTA |
|-----------------------------|--|-----------------|
| Microempresa | Até R\$ 60.000,00 | 3,0% |
| | De R\$ 60.000,01 a R\$ 90.000,00 | 4,0% |
| | De R\$ 90.000,01 a R\$ 120.000,00 | 5,0% |
| Empresa de Pequeno porte | De R\$ 120.000,01 a R\$ 240.000,00 | 5,4% |
| | De R\$ 240.000,01 a R\$ 360.000,01 | 5,8% |
| | De R\$ 360.000,01 a R\$ 480.000,00 | 6,2% |
| | De R\$ 480.000,01 a R\$ 600.000,00 | 6,6% |
| | De R\$ 600.000,01 a R\$ 720.000,00 | 7,0% |
| | De R\$ 720.000,01 a R\$ 840.000,00 | 7,4% |
| | De R\$ 840.000,01 a R\$ 960.000,00 | 7,8% |
| | De R\$ 960.000,01 a R\$ 1.080.000,00 | 8,2% |
| | De R\$ 1.080.000,01 a R\$ 1.200.000,00 | 8,6% |

Fonte: Adaptado da Lei do Simples.

Observações da Lei do Simples:

- a) alíquota aplicável com base na receita bruta acumulada mensal desde o início do ano;
- b) se uma microempresa exceder o limite de faturamento, deverá pagar o imposto com base nas alíquotas aplicáveis às empresas de pequeno porte a partir do mês em que o limite for excedido até o final do ano.

Para o ano seguinte, deverá pedir seu reenquadramento como empresa de pequeno porte;

- c) se uma empresa de pequeno porte exceder o limite de faturamento ao longo do ano, a partir do mês em que o limite for excedido até o final do ano irá pagar o imposto com base na alíquota máxima para empresas de pequeno porte, acrescido de 20% no ano seguinte, a empresa será excluída do Simples;
- d) pessoa Jurídica contribuinte do Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI – deve acrescentar 0,5 pontos, aos percentuais da tabela do Simples Federal;

O número de empregados e o faturamento bruto anual são os critérios mais utilizados para definir o porte das empresas. A classificação utilizada e empregada pelo SEBRAE, que quantifica o tamanho da empresa de acordo com o número de empregados.

| PORTE | Empregados |
|--------------------------|--|
| Microempresa | No comércio e serviços até 09 empregados Na indústria até 19 empregados |
| Empresa de Pequeno Porte | No comércio e serviços de 10 a 49 empregados Na indústria de 20 a 99 empregados |
| Empresa de Médio Porte | No comércio e serviços de 50 a 99 empregados Na indústria de 100 a 499 empregados |
| Empresa de Grande Porte | No comércio e serviços mais de 99 empregados Na indústria mais de 499 empregados |

Quadro 5 – Classificação das MPEs segundo o número de empregados

Fonte: SEBRAE, 2001

O quadro 5 demonstra como é feita a classificação do porte das empresas conforme classificação do SEBRAE.

A Lei federal N.º 9.841, de 05/10/1999, instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, dispondo sobre o tratamento diferenciado, simplificado e favorecido previstos nos artigos 170 e 179 da Constituição Federal. Definiu o porte em conformidade com o faturamento das mesmas.

O Artigo 2º desta Lei, considera:

- I. Microempresa, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais).
- II. Empresa de pequeno porte, a pessoa e a firma mercantil individual que, não enquadrada como microempresa, tiver receita bruta anual superior a R\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil) e igual ou inferior a R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais).

Tabela 2 – Porte de empresas conforme Lei Federal nº 9841.

| PORTE | Faturamento Bruto Anual |
|--------------------------|---|
| Microempresa | Até R\$ 244.000,00 |
| Empresa de Pequeno Porte | Entre R\$ 244.000,01 e R\$ 1.200.000,00 |

Fonte: Lei Federal no. 9.841.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), também utiliza o faturamento para classificação do porte das empresas, que irão se utilizar de suas linhas de crédito.

Tabela 3 – Classificação das MPE's segundo o faturamento bruto anual.

| PORTE | RECEITA OPERACIONAL BRUTA ANUAL |
|-------------------|---|
| Microempresa | Até R\$ 1.200.000,00 |
| Pequenas Empresas | Entre R\$ 1.200.000,01 e R\$ 10.500.000,00 |
| Médias Empresas | Entre R\$ 10.500.000,01 e R\$ 60.000.000,00 |
| Grande Empresa | Acima de R\$ 60.000.000,00 |

Fonte: BNDES 2003

Nesse trabalho optou-se por utilizar o mesmo critério utilizado pelo Sebrae para classificação do porte das empresas, ou seja pelo número de empregados que a mesma possui, sendo que não faremos diferenciação se estes são registrados ou não.

Não há uma definição aceita universalmente. Alguns autores acreditam que é possível uma definição mais específica do significado do termo MPE's, e para isso se valem das variáveis, número de empregos, algumas vezes ainda associado ao ramo de atividade da empresa, para identificá-las, enquanto outros se utilizam da variável volume de vendas, na tentativa de obter um conceito mais exato.

De acordo com Lopes de Sás (1984, apud CIELO, 2001, p. 61), é aquela que tem uma pequena estrutura e um funcionamento singelo. Geralmente a relação entre o dono, seus empregados e os bens faz-se de maneira direta, além disso, as decisões, providências e execução de medidas para a realização dos negócios estão nas mãos do empreendedor/proprietário.

Outra definição para pequena empresa é a partir de critérios funcionais: “são aquelas que o proprietário gerente controla pessoalmente toda a empresa, pois o tamanho ainda não ditou uma estrutura administrativa substancialmente descentralizada” (RESNIK, 1990, p.171)

Lezana (2000, p. 64), lembra que para definir o que são pequenas empresas, a diversas formas e que há adoção de uma fórmula global para agrupá-las pode criar distorções, sugerindo desta forma o termo alternativo: Empresa de Pequena Dimensão. Incluem-se nesse grupo organizações empresariais que independente do número de funcionários ou faturamento, possuem características peculiares.

As empresas de pequena dimensão por terem o processo decisório centralizado no proprietário que geralmente é também o gerente, responsável pelo setor de compras, pelo estoque, vendas, pela aprovação do crediário e cobrança, pelo setor financeiro, contratação de funcionários e dispensa dos mesmos, enfim, o proprietário/gerente é o “cérebro e os membros” de toda a empresa, que por sua vez se caracteriza por ter sua área de atuação limitada geralmente ao mercado local ou micro-regional, não possui um *portfólio* diversificado, geralmente atendendo parcela bem segmentada da população, que demanda seus produtos e serviços, sendo que nestas empresas se confunde a pessoa física com a pessoa jurídica, chegando a usar recursos financeiros e a conta bancária do proprietário para a empresa.

Assim, utilizar-se-á a perspectiva de Baumbach (1983, p.5), para definir empresas de pequena dimensão levando em consideração a descrição de suas características. O autor sugere uma definição indicando os atributos principais que são geralmente associados às empresas de pequena dimensão:

De modo, característico uma empresa de pequena dimensão é aquela que é ativamente administrada por seus proprietários, fortemente personalizada, predominantemente local no que se refere ao seu campo de atuação no mercado, de um tamanho relativamente pequeno em sua indústria e majoritariamente dependente de uma fonte interna de capital para financiar seu crescimento.

Nos últimos dez anos as empresas de pequena dimensão se multiplicaram, conquistaram eficiência e se transformaram num dos sólidos pilares da economia nacional. Os milhões de pequenos negócios que vem surgindo não deixam dúvidas do crescimento do setor. Embora estatísticas disponíveis sejam imprecisas e defasadas no tempo, os registros nas juntas comerciais mostram a criação de aproximadamente 5,2 milhões de novas empresas no país no período compreendido entre 1989 e 1998, levando em consideração somente as formalmente registradas, existe no Brasil atualmente entre 3 milhões e 3,5 milhões de negócios em operações, a grande maioria de pequeno porte (D'ERCOLE, 1999).

Tabela 4 - Extinção de Empresa por Tipo Jurídico no Paraná em 2001/2002

| Tipo Jurídico | F.l | | Ltda | | S.A. | | Coop. | | Déb. | Outros | | Total | |
|---------------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|--------|------|-------|------|
| | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 |
| MÊS | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 |
| Janeiro | 208 | 287 | 211 | 225 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 420 | 512 |
| Fevereiro | 244 | 219 | 267 | 224 | 267 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 511 | 444 |
| Março | 253 | 290 | 246 | 334 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 499 | 626 |
| Abril | 243 | 364 | 204 | 370 | 0 | 1 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 447 | 738 |
| Maio | 259 | 292 | 267 | 307 | 26 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 553 | 601 |
| Junho | 210 | 351 | 218 | 325 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 429 | 681 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-------------|-------------|
| Julho | 253 | 372 | 212 | 357 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 466 | 731 |
| Agosto | 332 | 485 | 311 | 485 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 648 | 970 |
| Setembro | 281 | 475 | 283 | 442 | 2 | 0 | 0 | 4 | 0 | 1 | 1 | 567 | 523 |
| Outubro | 274 | 523 | 317 | 526 | 2 | 1 | 0 | 2 | 0 | 2 | 2 | 595 | 1054 |
| Novembro | 244 | 500 | 326 | 502 | 2 | 0 | 0 | 4 | 0 | 1 | 2 | 573 | 1008 |
| Dezembro | 301 | 487 | 331 | 556 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 634 | 1046 |
| Total | 3102 | 4645 | 3193 | 4653 | 303 | 5 | 6 | 15 | 0 | 5 | 14 | 6342 | 8934 |

Fonte: Junta Comercial do Paraná (2003).

Na tabela 4, observa-se dados da Junta Comercial do Paraná, nos anos de 2001 e 2002. Neste último a junta comercial registrou a extinção de 8.934 empresas, demonstrando um crescimento de 40,87% no número de empresas extintas comparado ao ano anterior.

Deve-se levar em consideração que nem todas as empresas solicitam baixa junto a Junta Comercial no ato de encerrarem suas atividades.

Tabela 5 - Constituição de Empresa por Tipo Jurídico no Paraná, 2001/2002

| Tipo Jurídico | F.I | | Ltda | | S.A. | | Coop. | | Déb | Outros | | Total | |
|---------------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|--------|------|-------|------|
| | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 |
| MÊS | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | 2002 |
| Janeiro | 1127 | 947 | 1764 | 1454 | 5 | 3 | 8 | 2 | 0 | 4 | 6 | 2908 | 2412 |
| Fevereiro | 1146 | 1014 | 1836 | 1741 | 3 | 2 | 4 | 8 | 0 | 1 | 0 | 3374 | 2765 |
| Março | 1456 | 1127 | 2345 | 1964 | 8 | 6 | 8 | 5 | 0 | 1 | 0 | 3478 | 3102 |
| Abril | 1258 | 1289 | 2076 | 2128 | 9 | 4 | 5 | 9 | 1 | 0 | 1 | 2875 | 3431 |
| Maio | 1385 | 1056 | 2313 | 1880 | 3 | 4 | 4 | 8 | 0 | 2 | 4 | 3363 | 2952 |
| Junho | 1195 | 1199 | 2210 | 1786 | 12 | 3 | 5 | 12 | 0 | 2 | 0 | 3211 | 3000 |
| Julho | 1226 | 1219 | 2299 | 2178 | 5 | 6 | 5 | 9 | 0 | 2 | 0 | 3195 | 3412 |
| Agosto | 1485 | 1200 | 2447 | 2174 | 7 | 5 | 13 | 11 | 0 | 4 | 0 | 3437 | 3390 |
| Setembro | 1151 | 1157 | 1932 | 2041 | 3 | 8 | 9 | 9 | 0 | 0 | 0 | 2752 | 3215 |
| Outubro | 1254 | 1276 | 2088 | 2025 | 2 | 2 | 8 | 7 | 0 | 3 | 0 | 2780 | 3310 |
| Novembro | 1014 | 912 | 1663 | 1608 | 4 | 4 | 4 | 3 | 0 | 1 | 0 | 3103 | 2527 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----------|-------|-------|-------|-------|----|----|----|----|---|----|----|-------|-------|
| Dezembro | 747 | 746 | 1320 | 1342 | 7 | 15 | 4 | 8 | 0 | 0 | 0 | 2196 | 2111 |
| Total | 14444 | 13142 | 24293 | 22321 | 68 | 62 | 77 | 91 | 1 | 20 | 11 | 36672 | 35627 |

Fonte: Junta Comercial do Paraná (2003)

Na tabela 5, observa-se dados da Junta Comercial do Paraná, nos anos de 2001 e 2002. Neste último foram constituídas 35.627 empresas e no mesmo período a junta comercial registrou a extinção de 8.934 empresas (tabela 4), demonstrando um crescimento na ordem de 398,78% no número de empresas; embora se comparado o número total de empresas instaladas no ano de 2002 (35.627) houve uma pequena retração de 2,85%, em relação às instaladas no ano de 2001 (36.672).

Na micro região que engloba o município de Marechal Cândido Rondon, o qual faz parte do escritório regional de Toledo da Junta Comercial, foram constituídas 1.135 empresas no ano de 2002 e extintas 347. Se considerado o número de empresas que encerraram as atividades em relação às que iniciaram no ano de 2002, chega-se a um percentual de 30,57% de baixas, demonstrando que o número total de empresas tem aumentado.

2.3 A Migração do Emprego

Os efeitos da globalização na força de trabalho das grandes corporações são conhecidos. A pressão pelo aumento da produtividade motivado pela competição entre empresas provocou uma dispensa em grande escala. Para onde toda essa gente foi? Como milhares de profissionais estão fazendo para “levar adiante” a carreira? Quem está criando empregos hoje? Os números levantados por Cunha

(2002), ajudam a entender o fenômeno que está acontecendo no mercado de trabalho:

- a) conforme dados da Relação Anual de Informações Sociais - RAIS, que reúne o total de empresas formais no Brasil, de 1995 a 2000 as empresas de 100 ou mais funcionários criaram apenas 88.100 empregos. No mesmo período as empresas de até 100 funcionários, consideradas pequenas, criaram 1,9 milhão de empregos;
- b) traduzindo em percentuais, o crescimento do emprego nas pequenas empresas foi de 19,2%. Nas médias e grandes, 0,6%. Nesse ritmo, estas precisariam de pelo menos cem anos para criar o mesmo número de empregos gerados nos últimos cinco pelas pequenas;
- c) as grandes ainda empregam mais, porém perderam espaço para as pequenas. De 1995 a 2000, a participação das menores na força de trabalho cresceu de 41,7% para 46%. Se o ritmo for mantido, em 2005 o nível de emprego nas pequenas ultrapassará o das grandes no Brasil;
- d) o número de pequenas firmas aumentou de 1,73 milhão em 1995 para 2,16 milhões em 2000 – cerca de 98,7% do total de empresas existentes no país;

Os dados acima trazem à tona um dos últimos reflexos percebidos no movimento de globalização: a migração do emprego das grandes para as pequenas empresas. Há muitas pessoas optando pela pequena empresa por motivação ou empurrada pelos processos de terceirização ou planos de demissão voluntária. Milhões de profissionais também estão virando empreendedores. O fato porém é

que os profissionais brasileiros descobriram que empresa grande não é sinônimo de segurança nem de satisfação no trabalho.

Quem convive com empreendedorismo gosta de repetir a história de que dez anos atrás, quanto se perguntasse numa sala de aula qual era o sonho de trabalho dos alunos, a maioria não hesitava em falar o nome de qualquer grande empresa privada ou estatal. Hoje é diferente, acima de 50% dos futuros profissionais pensam em ter seu negócio próprio diz Fiates (apud CUNHA 2002, p. 25), vice presidente da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias avançadas.

A empresa pressiona os empregados, seja com a demissão, seja pela terceirização. No outro lado, há a força de atração de uma economia mais dinâmica com novos nichos a serem explorados. A boa notícia: uma quantidade impressionante de novos negócios. Nos últimos seis anos, o Departamento Nacional de Registro de Comércio contabilizou o surgimento de 490 mil empresas por ano, mais que as 420 mil dos últimos cinco anos da década de 80. A má notícia: uma péssima qualidade, também impressionante, na gestão dos negócios (FIATES apud CUNHA 2002, p. 27).

O gargalo da produtividade brasileira está nas pequenas, justamente onde cresce o emprego diz o economista Castro (apud CUNHA, 2002, p. 29), presidente do Conselho Consultivo da Faculdade Pitágoras. As pequenas têm menos capital humano, menos tecnologia e gerência amadora. O grande desafio é levar a qualidade das grandes para as pequenas. Uma maneira de fazer isso é buscar talentos experientes e bem treinados para ajudá-los a ter a qualidade das grandes. Assim, a transferência de conhecimento dá-se naturalmente. Outra maneira de

saber o tamanho do risco ao apostar numa pequena empresa é verificar a origem do negócio. Se nasceu dentro de uma incubadora, melhor.

As incubadoras desempenham um importante papel de formar a cultura empreendedora. Em cidades médias e pequenas, assim como nas próprias universidades, o prédio de incubação é visto como referência e símbolo de empreendedorismo. Um resultado concreto: as empresas incubadas têm maior chance de sobrevivência. Segundo estudo realizado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia e pelo Instituto Edvaldo Lodi em dezembro de 2001, do total de 392 empresas que nasceram em incubadoras já graduadas no Brasil 39 encerraram as atividades, apenas 10% (REVISTA VOCÊ, 2002a, p. 28)

Melhor do que isso só o desempenho das franquias. O índice de falências no primeiro ano é de 3%. Mais de 90% duram além de 10 anos. O negócio é mais durável porque o franqueado recebe apoio do franqueador e aprende a conhecer o negócio antes de começar, diz Marcelo Cherto presidente do Instituto *Franchising*.

Os exemplos das incubadoras e mesmo dos franqueados, é uma boa medida de como a política de apoio à pequena empresa pode resultar no aumento do emprego formal no Brasil. Quando os empregos das grandes empresas desaparecem ou se tornam mais instáveis, a opção a é pequena empresa ou nada.

O Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte (SIMPLES), é um bom exemplo de incentivo à criação de empresas.

2.3.1 Os Fatores da Migração

A princípio pode parecer uma equação excludente: fechar empregos nas grandes indústrias ou empresas de serviços significa deixar profissionais fora do mercado de trabalho. No entanto, simultaneamente, a reestruturação da maneira de fazer negócios abre postos nos pequenos estabelecimentos. É uma espécie de efeito Robin Hood: o mercado subtrai emprego das grandes e repassa para as pequenas. (CUNHA, 2002).

Para o economista Moreira (apud MARI, 2002, p. 34), em setores de intensa mão-de-obra, como confecções, calçados e turismo, que vêm se expandindo no Brasil, há o surgimento de pequenas empresas na cadeia produtiva gerada pelas empresas maiores.

Além de criar mais empregos, os profissionais que saem das grandes às pequenas descobrem as vantagens de tocar o próprio negócio ou um projeto com amplo poder de decisão. A inovação a oportunidade de quebrar regras, a flexibilidade e a agilidade são alguns dos maiores trunfos das pequenas na atração de profissionais das grandes.

Como acontece a transferência de mão-de-obra das grandes para as pequenas empresas, segundo Souza (apud CUNHA, 2002, p. 25).

- a) reestruturação dos negócios: as empresas estão terceirizando e investindo em fornecedores, distribuidores e parceiros. Isso expande o emprego nas empresas menores;
- b) necessidade profissional: como o enxugamento é uma realidade sem volta, os profissionais estão adiantando o passo e saindo antes que possam ser demitidos;
- c) motivação: os profissionais se realizam mais onde enxergam o todo, em vez de ser meras peças na engrenagem;

- d) imagem das grandes empresas: derrocadas como a da Enron e a de Arthur Andersen e o caso Transbrasil, por aqui, ajudam a derrubar a imagem de infalível das grandes empresas;
- e) empreendedorismo: os profissionais sonham em ser o próprio patrão. Detestam chefes que anestesiam a criatividade em nome da burocracia das grandes corporações;
- f) tecnologia: internet, fax e celular democratizaram a informação. Com pouco dinheiro e muito conhecimento, qualquer um pode competir com uma grande;
- g) terceiro setor: as Organizações Não Governamentais – ONG's, e os institutos sociais estão empregando cada vez mais pessoas que enxergam no bem uma oportunidade de carreira e chance de realização pessoal.

2.3.2 Região Sul

Região com maior percentual de trabalhadores empregados em micro e pequenas empresas, 51,7% do total, segundo dados do BNDES (2003), o Sul tem garantido uma seqüência de boas notícias quando se trata de índice de emprego e de crescimento industrial, taxa de produtividade e indicadores de qualidade de vida.

No Paraná, o crescimento também vem sendo garantido no interior do estado, notadamente em Londrina, Ponta Grossa, Cascavel e municípios da região metropolitana, que responderam em 2001 por mais de 47.000 novos empregos. Outro termômetro de crescimento de empregos esta no nível de empreendedorismo que o Paraná tem sido capaz de revelar. De acordo com o Sebrae/Pr, de 1999 a 2001 quase dobraram as consultas de pessoas interessadas em trabalhar por conta

própria. Foram 41.000 consultas em 1999, sendo que 17.000 delas resultaram na abertura de um negócio; 53.000 em 2000, para 22.000 empreendimentos efetivamente abertos, e 71.000 consultas em 2001, transformadas em 29.000 novas empresas. Em geral, são negócios na área de comércio e serviços, capazes de gerar formalmente de três a cinco empregos diretos, diz o diretor do Sebrae/Pr, Hélio Cadore (FUENTES, 2002, p. 39).

2.4 Fatores de sucesso

As estatísticas mostram que a grande parte dos pequenos negócios vão a falência nos primeiros cinco anos de operação. Para Prado (2003), chefe da divisão de Planejamento Econômico e Financeiro da *Norske Skog Pisa*, é possível reduzir a estatística de insucessos se o empresário seguir alguns preceitos que parecem óbvios, mas é sempre bom lembrá-los:

- a) produtos/Serviços: você tem que ter algo muito bem definido e muito bom para vender, seja um produto ou serviço ou os dois juntos. Este é o elemento básico da existência de sua empresa. A lógica recai para a escolha daquilo que você faz de melhor, que você entende e que você é mestre. Pense antes de tudo que o sucesso só vem para aquilo que se faz bem feito e que você realmente gosta e pode se dedicar plenamente;
- b) plano de Negócios: todos os negócios bem sucedidos são planejados com estratégias definindo o mapa que lhe guiará no futuro. O plano de

ação tem que ser claro e preciso, e para elaborá-lo busque ajuda de profissionais do ramo, e use-o a todo momento;

- c) dedicação: todo negócio deve ser encarado com dedicação, determinação e arrojo para transformar os dias estafantes em dias de prazer na frente dos negócios;
- d) cliente: o cliente realizará os desejos, sonhos e necessidades. Procure descobrir em seus clientes as suas reais necessidades e indique a eles a solução;
- e) tecnologia: utilize a tecnologia para suportar o seu negócio, automatizando sua empresa e facilitando a vida de seus clientes;
- f) publicidade: para sobrevivência de seus negócios tenha no seu plano de ação um orçamento e uma estratégia definida para propaganda e marketing;
- g) relacionamento: nunca se esqueça que cliente satisfeito é aquele que sempre voltará a adquirir seu produto. Ele deve ser cuidado e preservado;
- h) empregado: empregado desmotivado e mau pago pode levar seu negócio ao insucesso, mantenha um ambiente de descontração para seus funcionários;
- i) controle das finanças: o sucesso de seu empreendimento, está ligado a um sistema para controlar as finanças. Mantendo tudo em ordem, nunca terá surpresas na gestão;
- j) aspectos legais e fiscais: não relaxe nos aspectos fiscais e legais de seu empreendimento, mantenha em dia todos os alvarás, taxas e certidões de sua empresa.

2.5 Fatores de Insucesso.

Vários são os motivos que levam as empresas a encerrarem suas atividades, alguns mais ou menos importantes, mas todos são reais, sendo preciso estar atento aos pequenos e grandes sinais. Deixe a mente aberta para novas idéias, pergunte, indague a cada ação empreendida.

Amorin (2000), apresenta alguns motivos porque as empresas quebram:

- a) por despreparo do empresário: às vezes conhecemos nossas limitações e insistimos em levar adiante certos projetos que dependem de um conhecimento mais apurado sobre o assunto. Algumas providências podem ser tomadas para viabilizar o negócio, tais como: conversar com pessoas bem sucedidas no ramo; pesquisar seu mercado alvo; discutir os prós e os contras; encontrar o lugar ideal para instalação e procurar informar-se nos órgãos competentes;
- b) por não saber sua verdadeira vocação: faça uma reflexão séria perguntando: será que estou no ramo certo? Será que isto vai dar certo? Onde foi que eu errei? Descobrir a vocação é aceitar a si mesmo com todas as suas limitações. Você não pode fazer aquilo para o qual não tem afinidade;
- c) por falta de atualização: estar atualizado é estar sintonizado com seu próprio tempo e não negligenciar qualquer informação, mesmo aquelas que não dizem respeito a sua atividade direta. Olhe sua empresa, e saiba o que seu cliente quer. Procure delegar com competência sem deixar de acompanhar os resultados e influenciar nas decisões;

- d) por não respeitar seus empregados: é comum encontrarmos empresários despreparados, que, diante da competência dos seus subordinados, subjuga-os;
- e) por não se interessarem pelo cliente: não basta atender o cliente nos seus desejos, é necessário ajudá-lo com nossos préstimos. Não existe uma regra básica para atender bem é necessário o bom senso e sinceridade;
- f) por não entregarem aquilo que prometem: propaganda enganosa é crime e o culpado pode passar maus momentos na justiça. A falta de previsibilidade nas empresas é uma demonstração de fraqueza e irresponsabilidade para com os interesses dos clientes;
- g) por falta de liderança interna: a liderança é fator de equilíbrio dentro da empresa, pois sugere um referencial no qual todos podem se espelhar para não incorrerem em erros. Não existe um perfil ideal para definir o líder. Quando prestigiado pela direção da empresa, o líder caminha em linha reta, proporcionando resultados satisfatórios em tudo que faz;
- h) por falta de investimentos: falta de recursos, ausência de linha de crédito especial e indisposição do empresário para aplicar parte de ganho na empresa, são freios que impedem o avanço de qualquer empreendimento. A empresa moderna exige investimentos e o empresário deve encontrar meios de manter-se atualizado e produtivo;
- i) por dependerem de bancos: é preciso dosar o ímpeto de depender de banco para tudo, ao contrair um empréstimo consulte seu contador ou

procure um órgão sério para ajudá-lo, um empréstimo mau feito pode prejudicá-lo;

- j) por falta de treinamento dos funcionários: a vida é um eterno aprendizado e novos conceitos são descobertos a cada dia. Não podemos ficar à margem dos acontecimentos. Enviar seus funcionários para os cursos de aperfeiçoamento e garantir, a manutenção de seu empreendimento. Cuidar do aperfeiçoamento dos funcionários é uma demonstração de inteligência e garantia de sucesso;
- k) por falta de metas: numa empresa, as metas são de fundamental importância para assegurar a longevidade dos planos. Tudo que é feito com planejamento e definição de metas tem maiores chances de dar certo;
- l) por não saber calcular custos: tudo que existe na empresa e que representa algum custo precisa, necessariamente, ser incorporado ao preço de venda. Não negligencie os custos. Eles são inimigos ocultos que dificultam o crescimento da empresa e limitam seus ganhos.

2.6 Considerações Finais

Neste capítulo foi apresentado a evolução do empreendedorismo, desde o surgimento da palavra empreendedor até qual o perfil desejado a um empreendedor. Como se classificam as empresas e como o emprego tem migrado entre elas. Quais os principais fatores de sucesso e insucesso dos empreendedores em suas respectivas empresas.

No próximo capítulo será abordada a metodologia utilizada para a realização da pesquisa.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo será apresentado a classificação da pesquisa, bem como o universo da mesma, a coleta de dados, a análise e interpretação dos mesmos.

A metodologia, de acordo com Oliveira (1998), estuda os meios ou métodos de investigação do pensamento, visando delinear um determinado problema, analisar e desenvolver observações, criticá-las e interpretá-las a partir das relações de causa e efeito.

Para Richardson (1999, p. 22), a metodologia, são as regras estabelecidas para o método científico, por exemplo, a necessidade de observar, a necessidade de formular hipótese, a elaboração de instrumentos, etc.

Pode-se definir método como caminho para se chegar a determinado fim. E método científico como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimentos (GIL 1999, p. 26).

Para Cervo e Bervian (1996), o método, é a ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para atingir um fim ou um resultado desejado.

3.1 Classificação da Pesquisa

Neste trabalho, para efeitos didáticos, optou-se por uma classificação que leve em conta o objetivo e o grau de formulação do problema de pesquisa e a seguir a natureza das variáveis utilizadas. Desta forma a classificação resultante foi pelo método Descritivo-Exploratória.

No método descritivo os fatos são observados, descritos, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira sobre

eles. Estudam-se os fenômenos do mundo físico e humano, sem manipulá-los. (ANDRADE, 2001, p. 124).

O objetivo principal da pesquisa descritiva é descrever as características de determinada população ou estabelecer relações entre elas, utilizando-se técnicas padronizadas de coleta de dados, como, por exemplo, o questionário (GIL, 1999, p. 44).

Dois exemplos clássicos de pesquisa descritiva definidos por Medeiros (1999), são as pesquisas mercadológicas e de opinião. Neste trabalho em especial buscar-se-á conhecer os fatos que motivaram os empresários/empreendedores a tomarem a decisão de iniciarem as atividades empresariais, e realizar uma análise da criação de micro e pequenas empresas

Os estudos exploratórios “não elaboram hipóteses a serem testadas no trabalho, restringindo-se a definir objetivos e buscar maiores informações sobre determinado assunto de estudo” (CERVO e BERVIAN, 1996, p.49).

A pesquisa exploratória é utilizada como auxílio para o pesquisador obter maiores informações a respeito do problema que estará sendo objeto de análise. Seu principal objetivo será delinear uma situação-problema que ainda não se encontra claramente formulada. Necessitando conhecer de maneira mais profunda o assunto para se estabelecer melhor o problema de pesquisa. Mesmo quando já existam conhecimentos sobre o assunto, a pesquisa exploratória também é útil, pois normalmente para um mesmo fato poderá haver inúmeras explicações alternativas e a sua utilização permitirá ao pesquisador tomar conhecimento, senão de todas, da maioria delas.

Tendo-se definido a situação-problema será possível identificar os principais obstáculos envolvidos na questão levantada e formular hipóteses básicas que

direcionam os estudos a serem realizados posteriormente por meio de outros tipos de pesquisa.

A pesquisa utilizada nesse trabalho pode ser classificada como aplicada, quanto a sua natureza, por gerar conhecimento para a aplicação prática do resultado.

Quanto à abordagem, classifica-se como quantitativa e qualitativa, uma vez que visa interpretar os dados coletados e analisá-los.

Para Richardson (1999, p. 70), abordagem quantitativa representa a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções na análise e interpretação, possibilitando, uma margem de segurança quanto às inferências.

A pesquisa quantitativa objetiva fornecer dados estatísticos que permitam quantificar e dimensionar aspectos do mercado que atua. Aplica o instrumento de coleta de informações a uma amostra representativa do universo a ser pesquisada, fornecendo dados numéricos e estatísticos. Caracteriza-se por amostras grandes, questionários estruturados, perguntas fechadas (na sua grande maioria) e relatórios com resultados numéricos. (CP2, 2000).

De acordo com Cruz (1998), na primeira etapa da pesquisa quantitativa pode se optar por duas metodologias: o Censo ou a Amostragem. Em ambos os casos devem-se definir, com segurança a população-alvo da região que se pretende conhecer. Isto é obtido em cadastros oficiais como os de órgãos públicos, ou mesmo na lista telefônica.

Neste trabalho opta-se pelo censo, uma vez que o número de entrevistas não ser de número tão elevado e proporcionar um ganho na qualidade das respostas.

Na visão de Oliveira (1998, p.115):

A abordagem quantitativa significa quantificar opiniões, dados, nas formas de coleta de informações, assim como também percentagem, média, moda, mediana e desvio padrão, até as de uso mais complexo, como coeficiente de correlação, análise de regressão, etc., ... em linhas gerais, uma forma de garantir a precisão dos resultados, e evitando com isso distorções de análise e interpretações.

As pesquisas qualitativas caracterizam-se por amostras pequenas menos de trinta elementos e roteiros de perguntas abertas, de modo que o participante é estimulado a expor pensamentos e opiniões completas. Os relatórios são resultados conceituais, textos explicativos fundamentados em argumentos dos entrevistados.

As principais funções da investigação qualitativa são: testar as hipóteses levantadas e a melhor forma de investigá-las a fim de direcionar as pesquisas quantitativas; investigar os assuntos em profundidade, avaliando os fatores emocionais e intencionais implícitos nos posicionamentos e comportamentos dos entrevistados.

A pesquisa conclusiva Qualitativa-Quantitativa, é o método que possibilita cobrir um campo maior de possibilidades da pesquisa ao levantar as idéias do público ao mesmo tempo em que quantifica opiniões.

Através da pesquisa quantitativa conjugada com a qualitativa, é possível obter, quantitativamente, dados numéricos e, qualitativamente, conceitos, atitudes e opiniões dos entrevistados sobre o problema pesquisado.

Utiliza-se um questionário estruturado, com questões abertas e fechadas, que é aplicado a toda a população em estudo. O questionário combina, portanto, métodos qualitativos e quantitativos num mesmo instrumento. Dessa forma, possibilita tanto um aprofundamento quanto uma diversificação das informações coletadas. (CP2, 2000).

3.2 Da pesquisa

O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos (GIL, 1999, p. 42).

3.2.1 Universo da Pesquisa

Para Richardson (1999, p.15), “não existe uma fórmula mágica e única para realizar uma pesquisa ideal; talvez não exista nem existirá uma pesquisa perfeita. A investigação é um produto humano, e seus produtores são seres falíveis”.

É o conjunto de indivíduos que farão parte do relatório preparado previamente para que se obtenha respostas a um problema ou hipótese, o universo da pesquisa neste trabalho abrange todos os micro e pequenos empresários que constituíram suas empresas no primeiro semestre de 2003 no município de Marechal Cândido Rondon (PR).

3.2.2 A coleta de dados

Para Richardson (1999, p. 189), diversos podem ser os instrumentos utilizados na coleta de dados, o mais comum talvez seja o questionário, que geralmente, cumpre pelo menos duas funções: descrever as características e medir determinadas variáveis de um grupo social.

Para a realização da pesquisa foi utilizado como instrumento de coleta de dados o questionário, por permitir obter informações de um maior número de empresários em um tempo relativamente curto, além de apresentar certa

uniformidade entre as medições pelo fato de que o vocabulário, a ordem das perguntas e as instruções serem iguais para todos os entrevistados, aplicados através de contato direto individual.

A fim de proporcionar um nível de confiança de $1-\alpha$ e um erro de estimação de 4%, utilizaremos Richardson (1999, p.170), “para saber qual o tamanho da amostra em populações finitas, utiliza-se a seguinte fórmula”:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q} \cdot n$$

Onde:

n = Tamanho da amostra

Z = Nível de Confiança (escolhido, em número de desvios – padrão)

p = Proporção da característica pesquisada no universo, calculado em percentagem

n = Tamanho da amostra

q = 100 – p (em percentagem)

N = Tamanho da população

E = Erro de estimação permitido.

O questionário descrito no apêndice B, p. 137, Novos Empresários, Marechal Cândido Rondon 2003, foi desenvolvido com a preocupação de ser de fácil aplicação e de maneira que colabore na interação entre entrevistado/entrevistador.

O instrumento deverá apresentar dados descritivos, cruzamentos de informações, resultados da análise comparativa, além da análise do conteúdo das respostas emitidas pelos pesquisados. Assim, investigar os principais aspectos relacionados ao início das atividades das empresas, focando as causas que

levaram os empresários/empreendedores, agentes primordiais desse processo, a tomarem esta decisão de iniciarem a atividade empresarial. Através do entrelaçamento dos resultados, da análise dos dados obtidos através da pesquisa de campo, com o apoio do referencial teórico.

Para realizar a pesquisa de campo, sobre empreendedores que iniciaram atividades empresariais no primeiro semestre do ano de 2003, foi necessário levar em consideração os seguintes indicadores:

- a) social;
- b) financeiro;
- c) planejamento;
- d) administrativo.

O indicador social permite conhecer o sexo, estado civil, grau de escolaridade e faixa etária dos empresários entrevistados. O grau de escolaridade indica o nível de educação dos mesmos, quanto mais alto, maiores serão as probabilidades de sucesso das empresas, pois estes tiveram um maior contato com o conhecimento empírico, fundamental, embora não decisivo, para um melhor desempenho das atividades empresariais. A faixa etária proporciona conhecer se estes profissionais são pessoas de maior experiência ou jovens que entram agora no mercado.

O indicador financeiro permite conhecer se a empresa possui conta corrente em bancos, se possuiu alguma restrição cadastral, qual e se foi regularizada, se utiliza à conta da pessoa física para os negócios da empresa, se possuiu alguma restrição em nome da pessoa física, qual e se já regularizou e se a empresa é a única fonte de renda do empresário. Com essas informações a pesquisa busca saber se a empresa é bancarizada ou não, se esta utilizando crédito de terceiros,

qual a situação cadastral, se possuiu restrições, se estas foram regularizadas ou não.

As informações de planejamento procuram descobrir como o empresário se preparou para o desenvolvimento de seu negócio, permitem verificar se o empreendedor procurou alguma assessoria, se verificou o volume de vendas necessário para dar lucro e se identificou quem seria sua clientela,

As informações administrativas procuram verificar qual o setor de atividade da empresa, a atividade do empresário antes de montar a empresa, qual o motivo que o levou a abrir um negócio próprio, se investe em propaganda, quais as dificuldades encontradas no período e o que poderia melhorar o desempenho da empresa.

3.2.3 Tratamento dos dados

O tratamento dos dados, objetiva tornar, a inferência e a interpretação dos mesmos validos e significativos. São utilizados procedimentos estatísticos que possibilitam estabelecer quadros, diagramas e figuras que sintetizam as informações obtidas (GIL, 1999, p. 165).

Os dados obtidos pela pesquisa serão inicialmente codificados, e em seguida tabulados, para que possam ser apresentados na forma de gráficos e tabelas, assim possibilitando uma melhor análise e interpretação dos resultados obtidos.

3.2.4 Interpretação dos Resultados

A análise tem como objetivo organizar e resumir os dados de forma tal que possibilitem o fornecimento de resposta ao problema proposto para investigação (GIL, 1999, p. 168).

As entrevistas com os empresários, foram sistematizadas de forma estruturada, cuja ordem e redação das perguntas permanece inalterada para todos os entrevistados, e conforme com os objetivos do trabalho, avaliar as causas que levaram os empreendedores/empresários a iniciarem as atividades de suas empresas.

Por questões éticas os questionários não contém o nome das empresas, sendo somente analisadas as respostas para cada item do questionário, assim procura-se entender o que empreendedores buscam ao abrir suas empresas.

A fase de interpretação dos dados colhidos nas pesquisas foi o momento em que o pesquisador pôde tabulá-los e sistematizá-los, de onde foram extraídas as informações para identificar os reais motivos que os empreendedores tiveram para dar início nas atividades de suas empresas. Esta análise foi fundamental para a conclusão da pesquisa de estudo de caso e para recomendações de futuros trabalhos.

3.3 Considerações finais

Neste capítulo foram apresentados aspectos relativos a classificação da pesquisa, que no presente trabalho o método escolhido foi o descritivo/exploratório, sendo a pesquisa qualitativa/quantitativa. A coleta dos dados realizada através de questionário, apêndice B. O tratamento dos dados e a interpretação dos resultados.

No próximo capítulo será abordado a aplicação do modelo no município de Marechal Cândido Rondon (PR).

4 LEVANTAMENTO DOS DADOS

Neste capítulo é apresentado a aplicação da pesquisa, a exposição e análise dos dados colhidos junto a população pesquisada para embasar este estudo, os resultados obtidos podem ser visualizados através de gráficos e tabelas, seguidos de sua interpretação.

4.1 Características da Pesquisa

A pesquisa foi realizado na cidade de Marechal Cândido Rondon, região Oeste do Estado do Paraná.

Embora Marechal Cândido Rondon seja uma cidade essencialmente agrícola, dependendo do agronegócio e do gado leiteiro para injetar novos recursos no comércio local, possui 80% da população vivendo na zona urbana. Devido ao número elevado de pessoas que vivem na cidade necessita cada vez mais de postos de trabalho para ocupar sua população urbana.

Observa-se que empresas já instaladas, com pouca freqüência, aumentam o número de trabalhadores, ficando assim a cargo das empresas que iniciam suas atividades empregar mais pessoas, especialmente as micro e pequenas, que são as que mais são constituídas.

As micro e pequenas empresas são muito importantes na economia de qualquer país, estado ou município. Elas são responsáveis por grande parte da produção do Produto Interno Bruto (PIB), de uma nação, atuando nos segmentos industrial, comercial e de serviços.

Em Marechal Cândido Rondon a maioria absoluta das empresas está

enquadrada como micro e pequena, utilizando-se a classificação do Sebrae, até 99 empregados na indústria e até 49 empregados no comércio/serviço.

Percebe-se que o número de empresas que entrou em atividade no ano de 2002 e nos primeiros seis meses do ano de 2003 é superior as empresas que saem do mercado no município de Marechal Cândido Rondon, porém verifica-se que nos 2 anos anteriores existiram mais empresas fechadas do que as que iniciaram as atividades. conforme tabela 6.

Tabela 6: Empresas que iniciaram e fecharam entre os anos de 2000 e 2003

| | 2000 | 2001 | 2002 | 1º Sem/2003 |
|-----------|-------------|-------------|-------------|--------------------|
| Iniciaram | 192 | 316 | 352 | 211 |
| Fecharam | 256 | 395 | 255 | 149 |

Fonte: Prefeitura Municipal de Marechal Cândido Rondon (PR) 2003.

No período analisado 2000 a 2003 verifica-se que o número de empresas abertas tem crescido período a período, sendo que em 2001 o crescimento em relação ao ano de 2000 foi de 64,58%, em 2002 comparado a 2001 foi de 11,39%, e estimando que no segundo semestre se repitam os números do primeiro o crescimento será de 19,89% comparado as empresas em atividade no ano de 2002.

4.2 População pesquisada

O universo da pesquisa compreendeu micro e pequenas empresas do município de Marechal Cândido Rondon, situado na região oeste do Estado do Paraná, que tiveram suas atividades iniciadas no primeiro semestre do ano de 2003, As informações foram obtidas junto ao setor de expedição de Alvarás da Prefeitura

Municipal

Considerou-se como população para a pesquisa todas as empresas pessoa jurídica abertas durante os seis primeiros meses do ano de 2003, e que solicitaram alvará de funcionamento junto ao órgão competente na prefeitura do município de Marechal Cândido Rondon (PR), excluídas 4, por se tratarem de empresas voltadas à assistência social, totalizando 207 empresas a serem entrevistadas.

A coleta dos dados foi realizada no mês de outubro de 2003. Antes de aplicá-la, foi realizado um pré-teste com 05 empresários para verificar a validade e fidedignidade do questionário que seria utilizado na pesquisa. Após esse pré-teste, foram feitas algumas adequações estéticas e foi modificada a ordem de algumas perguntas.

4.3 Tamanho da Amostra

Nesta trabalho optou-se pelo censo para aplicação do questionário, porém para demonstrar que o número de pesquisas é considerável, apresenta-se Richardson (1999, p. 161), “para que uma amostra seja aleatória, os elementos da população devem ter uma probabilidade igual ou conhecida, distinta de zero, de ser selecionados para formar parte da amostra”.

Para determinar o tamanho da amostra, será usado a fórmula apresentada no item 3.2.2, p. 87. Os valores adotados serão:

$$N = 207$$

$$1 - \alpha = 95,44\%. \text{ O que implica } Z = 2 .$$

$$p = q = 50\% = 0,5, \text{ por não haverem informações preliminares.}$$

$$E = 4\% = 0.04$$

Com um nível de confiança de 95,44% e um erro de estimação de 4%, aplicando a fórmula, temos o seguinte cálculo:

$$n = \frac{2^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0,04^2 (207 - 1) + 2^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} \cdot n$$

$$n = 155,69 \quad n \approx 156$$

Sendo que dos 207 empresários, 158 aceitaram responder o questionário, ficando portanto, pouco acima do grau de confiabilidade calculada, uma vez que o número mínimo calculado é de 156.

4.4 Resultados da pesquisa

Para maior facilidade de observação e análise de cada pergunta do questionário será feita a sua representação por uma figura, seguida de um breve comentário acerca dos resultados verificados.

4.4.1 Indicadores Sociais

A fim de conhecer o perfil dos empreendedores que iniciaram atividades empresariais no primeiro semestre de 2003, foram elaboradas perguntas que fornecem dados sobre sexo, estado civil, grau de escolaridade e faixa etária.

Sexo

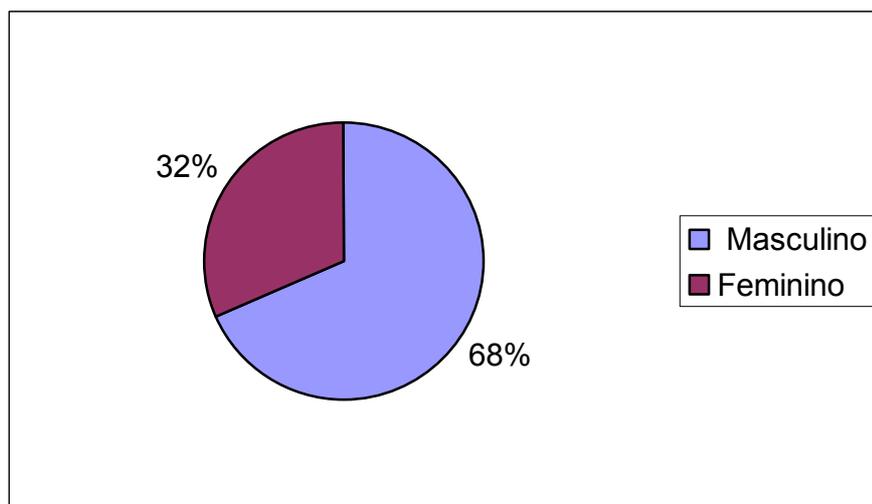


Gráfico 1: Sexo dos novos empresários de Marechal Cândido Rondon (PR), que iniciaram as atividades no primeiro semestre de 2003 (em percentual)

No gráfico 1, observa-se a presença massiva do sexo masculino que representa 68% dos novos empresários de Marechal Cândido Rondon (PR).

Sendo que as mulheres participam com 32% dos novos empreendimentos, este valor confere com os resultados apresentados por Denardim (2002), que afirma que a média brasileira é de 38%, e Ehlert (2002), cita ter no Paraná uma presença feminina de 33% .

Estado Civil

Tabela 7: Estado civil dos novos empresários

| Estado Civil | Frequência | Frequência Relativa |
|---------------------|-------------------|----------------------------|
| Solteiro | 15 | 9,49% |
| Casado | 116 | 73,43% |
| Convivente | 11 | 6,96% |
| Separado | 15 | 9,49 |
| Outros | 1 | 0,63 |
| Total | 158 | 100% |

No tabela 7 constata-se que a absoluta maioria dos novos empresários são pessoas casadas com 73,42%, somado com pessoas que possuem união estável (convivente) o índice chega a 80,39%, solteiros, separados e outros representam 19,61%

Grau de Escolaridade

Tabela 8 : Grau de escolaridade dos novos empresários.

| ESCOLARIDADE | PERCENTUAL |
|---------------------|-------------------|
| Ensino Fundamental | 14,55% |

| | |
|--------------------|--------|
| Ensino Médio | 40,51% |
| Superior | 34,18% |
| Especializado | 8,23% |
| Mestrado/Doutorado | 2,53% |

A tabela 8 mostra que o grau de escolaridade dos novos empresários é predominante por pessoas que concluíram no mínimo o ensino médio (85,45%), com ensino superior totalizando 44,94% do total de entrevistados.

Pesquisa divulgada pelo Sebrae (2001, p. 7), mostra que 64% dos entrevistados em São Paulo possuem pelo menos o segundo grau completo.

Isto significa que em Marechal Cândido Rondon os novos empresários possuem um nível de escolaridade maior.

Faixa etária

Tabela 9: Faixa etária

| FAIXA ETÁRIA | PERCENTUAL |
|---------------------|-------------------|
| Até 25 anos | 6% |
| De 26 a 30 anos | 15% |
| De 31 a 35 anos | 22% |
| De 36 a 40 anos | 20% |
| De 41 a 45 anos | 21% |
| Mais de 46 anos | 16% |

A tabela 9 demonstra que excetuando a faixa até 25 anos, existe um certo equilíbrio nas demais faixas, sendo que o percentual é menor nas extremidades,

mais de 46 anos e menos de 30 anos. A grande maioria dos novos empresários estão situados entre 31 e 45 anos, 63% do total. O que significa que já são pessoas maduras com certa estabilidade no mercado de trabalho, com certa experiência profissional.

4.4.2 Indicadores financeiros

Com o objetivo de conhecer o perfil financeiro das novas empresas de Marechal Cândido Rondon (PR), foram elaboradas perguntas que fornecem dados sobre a empresa, se esta possui conta corrente em bancos, se utiliza alguma linha de crédito, se teve algum tipo de restrição cadastral, se movimenta valores na conta pessoa física e se a empresa é a única fonte de renda do empresário.

Conta corrente em bancos

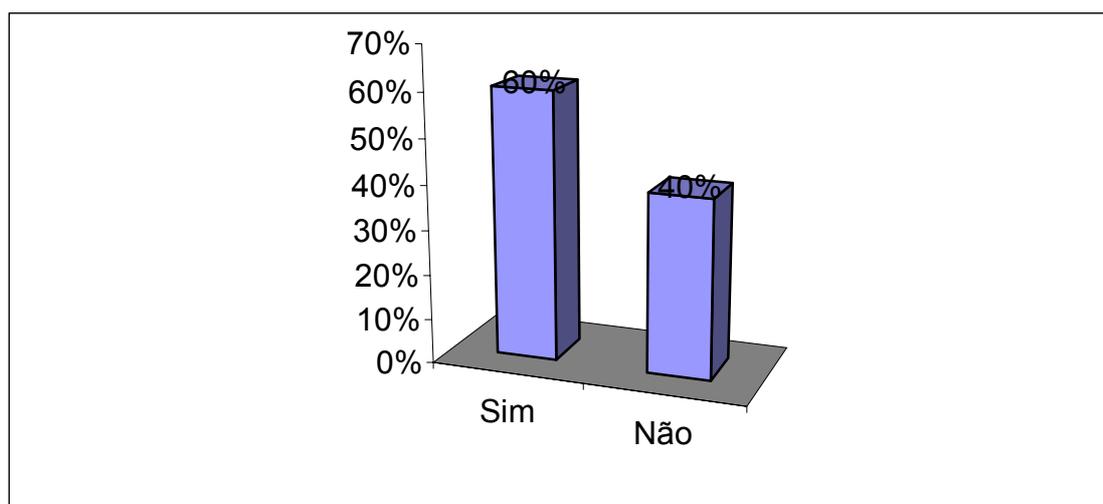


Gráfico 2: Sua empresa possui conta corrente em bancos?

No gráfico 2 observa-se que a maioria 60% dos novos empreendimentos possuem conta em bancos, porém 40% ainda são desbancarizados, isto significa que estes não têm acesso a bancos, dessa forma não possuindo talão de cheques ou acesso a linhas de crédito.

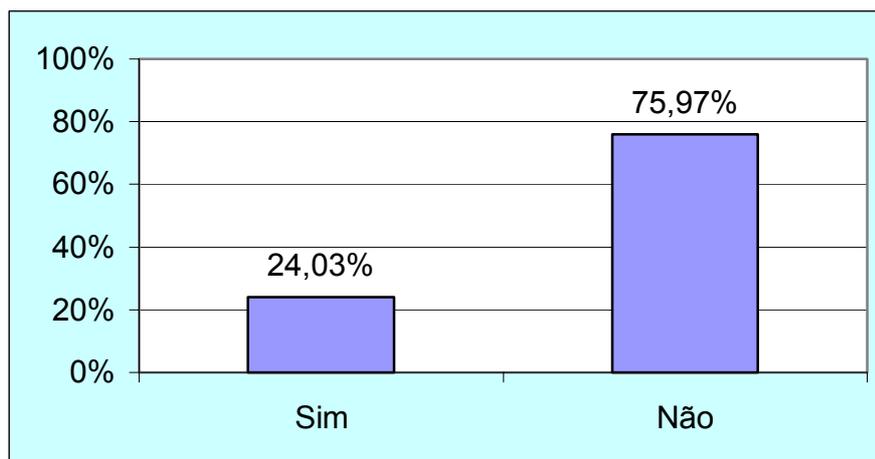


Gráfico 3: Movimento de valores da empresa em sua conta particular?

No gráfico 3 verifica-se que 24,03% das empresas utilizam da conta pessoa física dos empresários para movimentarem valores da empresa. O que pode ser entendido como falta de orientação por parte do contador, pois os valores que transitam pela conta corrente pessoa física não podem ser contabilizados, ou ainda estar sendo propositalmente usada a conta da pessoa física para adquirir e vender mercadorias sem notas fiscais, para não recolher os impostos devidos.

Linhas de crédito

Tabela 10: Utiliza alguma linha de crédito?

| LINHA DE CRÉDITO | PERCENTUAL |
|-------------------------|-------------------|
| Cheque especial | 71,97% |
| Capital de Giro | 41,57% |
| Desconto de Cheques | 17,98% |
| Desconto de Duplicatas | 11,23% |
| Proger | 5,11% |
| Outras | 3,37% |

Na tabela 10 observa-se que a grande maioria dos empresários utiliza-se do cheque especial (71,91%), como linha de crédito, seguido por linhas de financiamento de capital de giro (41,57%), sendo que 29,21% antecipam seus recebíveis, desconto de cheques e duplicatas e 5,11% utiliza-se de linhas do Proger, linha esta que financia máquinas, equipamentos e parte da construção/reforma do imóvel, possuindo o menor juro do mercado, na faixa de 5% ao ano. Sendo que os juros do cheque especial, atualmente é a modalidade de empréstimo mais cara do mercado, significa dizer que os empresários estão tendo um custo muito elevado com o dinheiro captado em bancos para seu auto financiamento.

Restrição cadastral

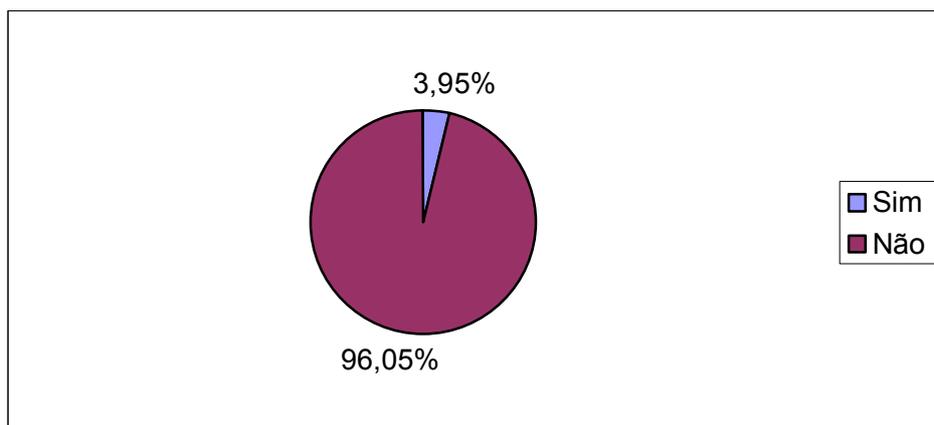


Gráfico 4: Teve algum tipo de restrição cadastral em nome de sua empresa.

No gráfico 4 observa-se que das empresas que aceitaram responder o questionário 3,95% possuem ou já possuíram algum tipo de restrição cadastral. Sendo que a pesquisa foi realizado no mês de outubro de 2003, assim a empresa mais velha tinha dez meses de atividade e a mais nova quatro meses, mesmo assim aproximadamente 4% já passaram pela primeira crise financeira, não podendo honrar seus compromissos.

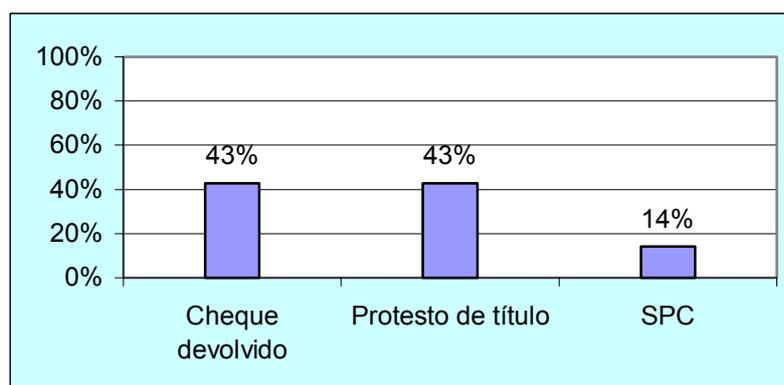


Gráfico 5: Qual a restrição que teve?

No gráfico 5 verifica-se que das empresas que possuem ou possuíram alguma restrição cadastral, os motivos estão relacionados a problemas financeiros,

demonstrando claramente a falta de capital de giro da empresa e a programação para pagamento de seus compromissos.

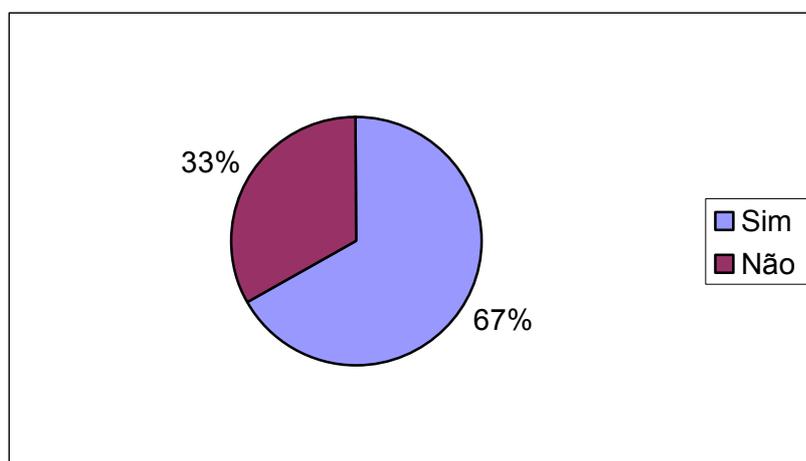


Gráfico 6: As restrições foram regularizadas?

No gráfico 6 observa-se que das empresas que possuíam restrições 67%, grande maioria efetuou a regularizou das pendências, mas ainda 33% continuam com restrições cadastrais.

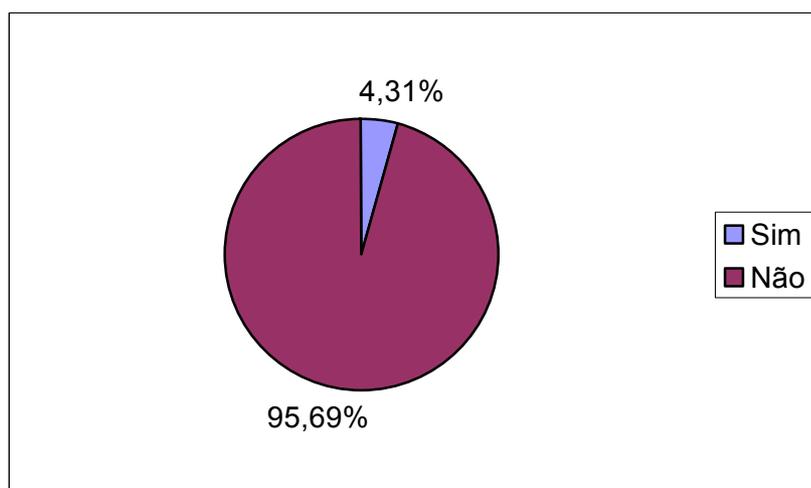


Gráfico 7: Teve alguma restrição cadastral em seu nome pessoa física?

No gráfico 7 observa-se que 4,31% dos empresários que movimentam

valores da empresa em suas contas particulares, já tiveram ou têm alguma restrição cadastral, sendo em números percentuais maior que as restrições dos empresários que movimentam valores na conta da empresa, demonstrando que falta controle no momento de efetuar as compras.

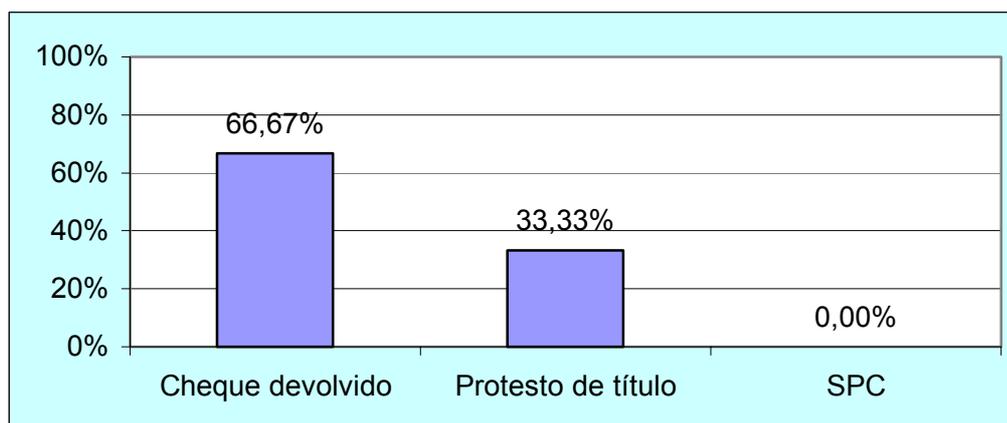


Gráfico 8: Qual a restrição que teve na pessoa física?

No gráfico 8 observa-se que a grande maioria dos empresários que tiveram ou têm alguma restrição, essa refere-se a cheques devolvidos 66,67% e 33,33% problemas com protesto de títulos.

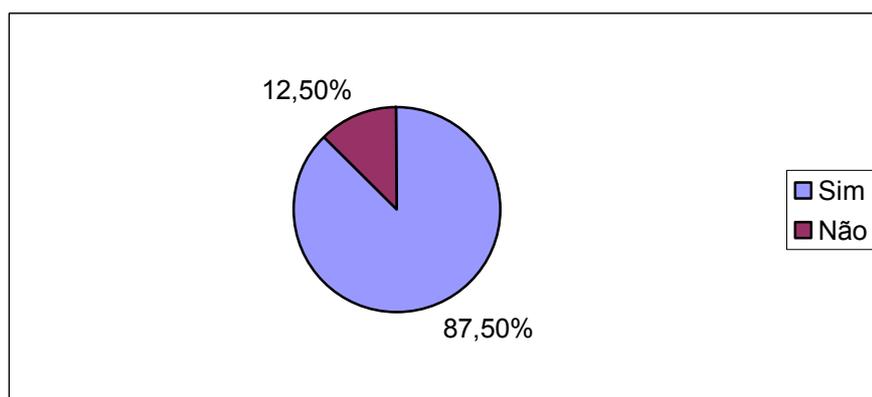


Gráfico 9: As restrições da pessoa física foram regularizadas?

Observa-se no gráfico 9 que somente 12,50% ainda não regularizaram as ocorrências que deram origem a restrições cadastrais, enquanto na pessoa jurídica

33% não regularizou as pendências.

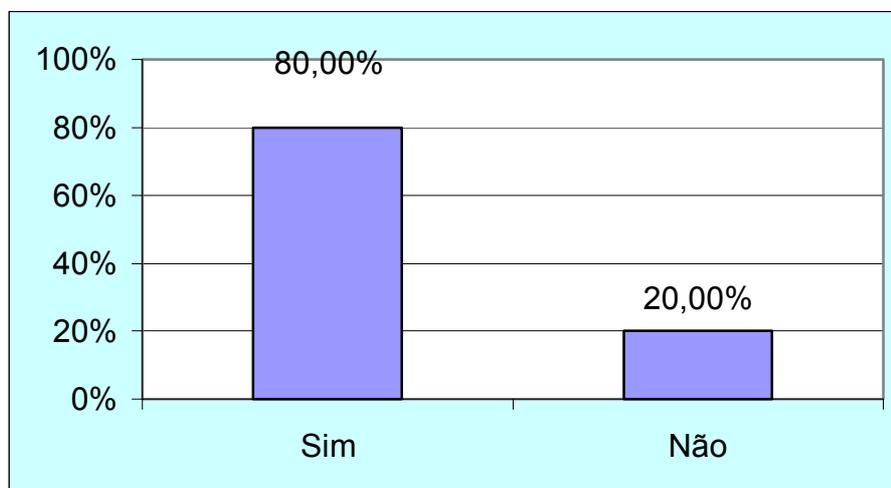


Gráfico 10: A empresa é sua única atividade remunerada?

Observa-se no gráfico 10 que a grande maioria dos novos empresários (80%), possuem como fonte de renda o resultado da empresa, e que 20% possuem outras atividades que geram renda.

Analisando somente empresários com curso superior o número de empresários que tem sua renda oriunda da nova empresa o percentual sobe para 86,89%, quando porém observado somente o sexo feminino com curso superior esse percentual cai para 77,78%. Significando que a grande maioria dos empreendedores que iniciaram as atividades necessitam do resultado financeiro de seu empreendimento para manter-se.

4.4.3 Indicadores de Planejamento

Neste quesito a pesquisa procurou saber como o empreendedor planejou a nova empresa, se procurou alguma assessoria, se calculou o volume de vendas

necessário para a empresa ter lucro e se identificou os clientes previamente.

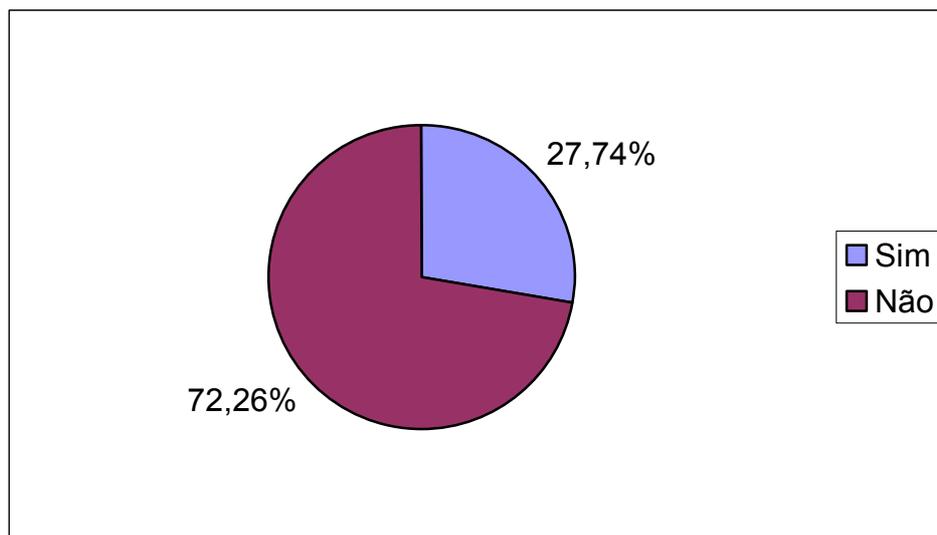


Gráfico 11: Antes de abrir a empresa procurou algum tipo de assessoria?

No gráfico 11 observa-se que a grande maioria das pessoas que iniciaram na atividade empresarial não procuraram nenhum tipo de assessoria antes de abrir a empresa. Analisado somente o sexo feminino o percentual de quem procurou assessoria fica ainda pior, 24,49%, quando na pesquisa total esse número fica em 27,74%.

Dentre os entrevistados com curso superior o índice sobe para 42,11%, porém um dado curioso é que as mulheres com curso superior procuram menos assessoria, somente 22,22% delas, enquanto os homens são 51,28%.

Esses números demonstram que a maioria dos novos empresários, iniciam as atividades, somente com uma idéia e algum dinheiro no bolso, sem buscar um profissional que possa auxiliá-los a desenvolver um plano de negócio, um projeto de viabilidade econômico/financeira, para que a empresa minimize os riscos de fazer parte daquelas empresas que encerram as atividades nos primeiros meses de funcionamento.

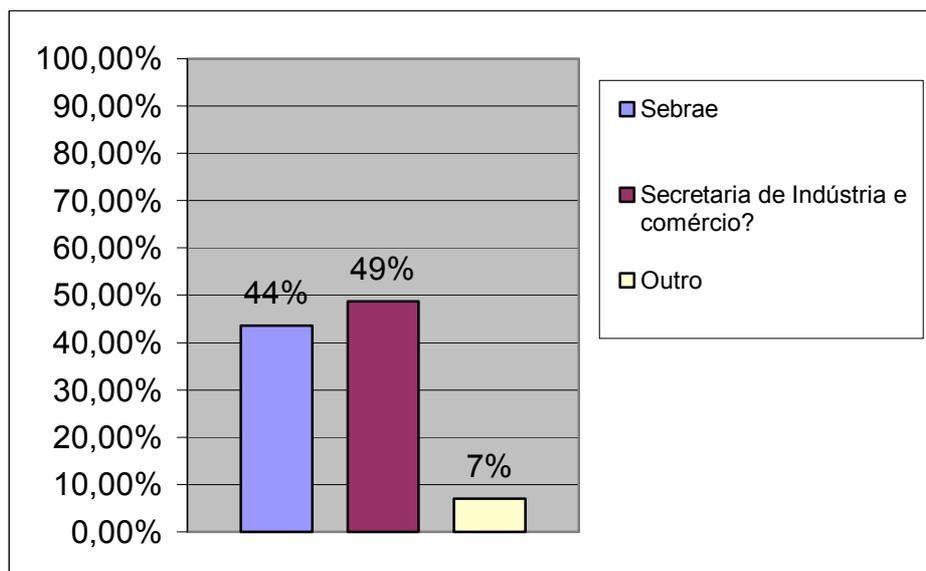


Gráfico 12: Qual a assessoria que buscou?

No gráfico 12 observa-se que das poucas pessoas que buscam assessoria (27,74% do total de entrevistados) a maioria destes (49%), busca informações sobre o novo empreendimento junto à secretaria de indústria e comércio do município de Marechal Cândido Rondon, muito provavelmente porque esta secretária possui linha de crédito para empreendimentos com taxa de juro bastante atraentes, 5% ao ano e até 60 meses para pagar, além de incentivos como terraplenagem, e materiais de construção para o novo empreendimento.

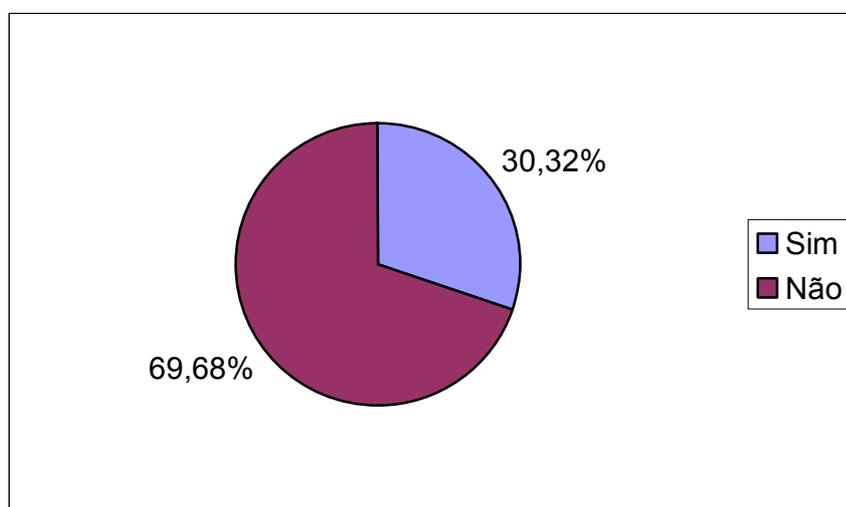


Gráfico 13 : Efetuou algum planejamento antes de abrir a empresa?

No gráfico 13 verifica-se que somente 30,32% dos novos empresários efetuou algum tipo de planejamento antes de abrirem suas empresas, o que significa que a nova empresa terá grandes chances de enfrentar problemas administrativos, pela falta de planejamento antes de montar o empreendimento,.

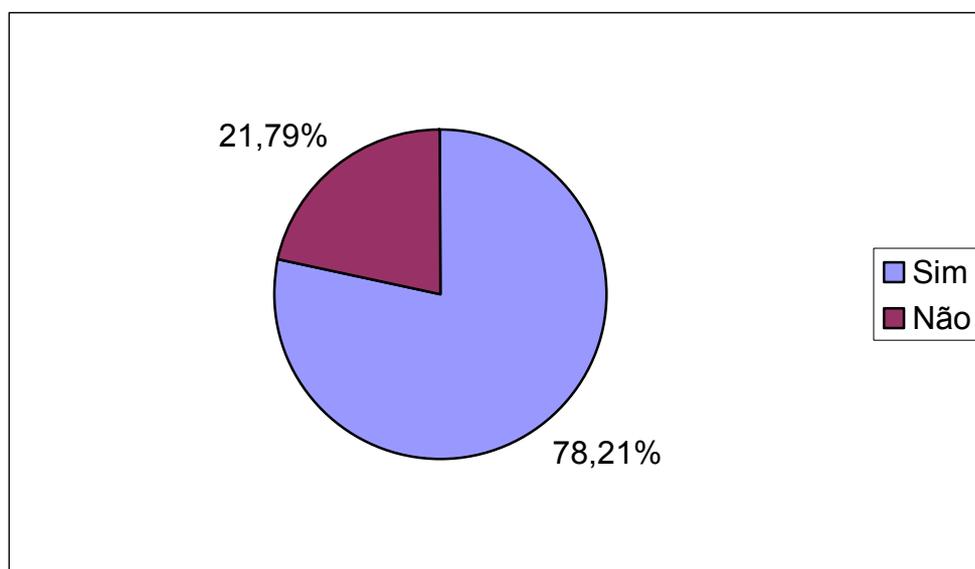


Gráfico 14: Calculou o volume de vendas necessário para ter lucro?

No gráfico 14 verifica-se que 21,79% iniciou as atividades da empresa, sem ao menos saber quanto era necessário vender para cobrir os custos fixos e a partir deste ponto ter lucro, significa que estas terão grandes chances de estarem nas estatísticas das empresas que encerram as atividades no primeiro ano de vida.

Tabela 11: Antes de abrir a empresa verificou?

| PESQUISA PRELIMINAR | PERCENTUAL |
|--|-------------------|
| Quem seriam os fornecedores | 34,81% |
| Aspectos legais | 53,80% |
| Produtos da concorrência | 32,28% |
| Número de concorrentes | 32,28% |
| Qual o volume de capital de giro necessários | 27,22% |
| Clientela | 59,49% |
| Estrutura de custos | 32,28% |
| Outros | 2,53% |

Na tabela 11, o entrevistado poderia assinalar quantos itens quisesse, visto poder ter efetuado todas pesquisas antes de montar sua empresa. Observa-se que 65,19% não sabiam ao montarem a empresa quem seriam seus fornecedores. Os dados da tabela acima demonstram de forma objetiva o que foi apontado no gráfico 13, p.106, onde demonstra que 69,68% dos novos empresários não efetuaram planejamento algum antes de montarem suas empresas. Significando que necessita

urgentemente ajustes administrativos para não fazerem parte do contingente de empresas que encerram as atividades nos primeiros sessenta meses, conforme figura 1, p. 21.

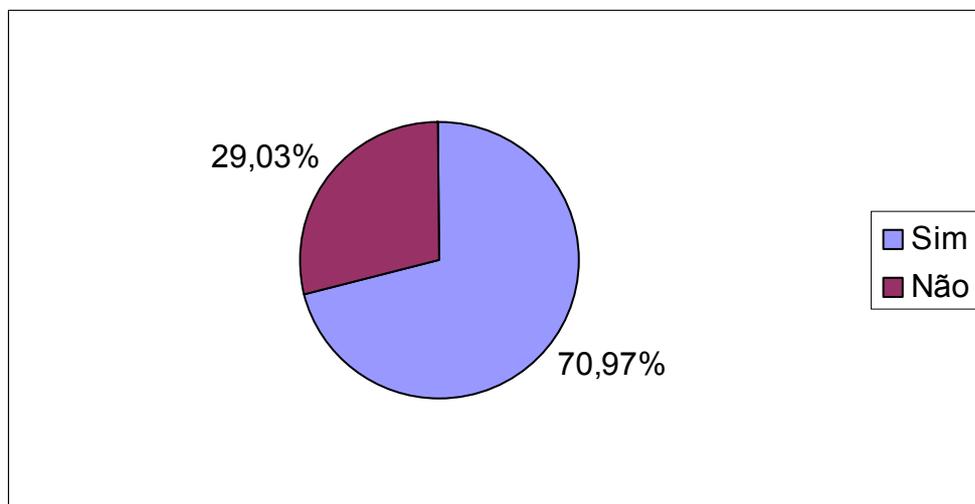


Gráfico 15: Identificou previamente quem seriam seus clientes?

No gráfico 15 observamos que 70,97% dos entrevistados responderam que antes de abrir a empresa identificaram quem seriam seus clientes. Significa que 29,03% não sabia quem iria comprar seu produto ou serviço, o consumidor final, se não sabe para quem vender, vai ficar com o estoque na prateleira, sem vendas não existe lucro, sem lucro a empresa não permanece no mercado.

Tabela 12: Como fez a identificação prévia dos clientes?

| ANÁLISE DA CLIENTELA | PERCENTUAL |
|-----------------------------|-------------------|
| Pesquisou o mercado | 24,59% |
| Empresas da área | 25,41% |
| Experiência anterior | 46,72% |
| Outra | 3,28% |

A tabela 12 demonstra que os empresários que identificaram seus clientes a grande maioria apontou o item por experiência anterior. O que significa que quase a metade dos empresários já atuavam no segmento.

4.4.4 Indicadores Administrativos

Os indicadores administrativos procuram saber qual o setor de atividade que a empresa atua, qual era a atividade antes de conceber essa empresa, o motivo que o levou a montar o negócio.

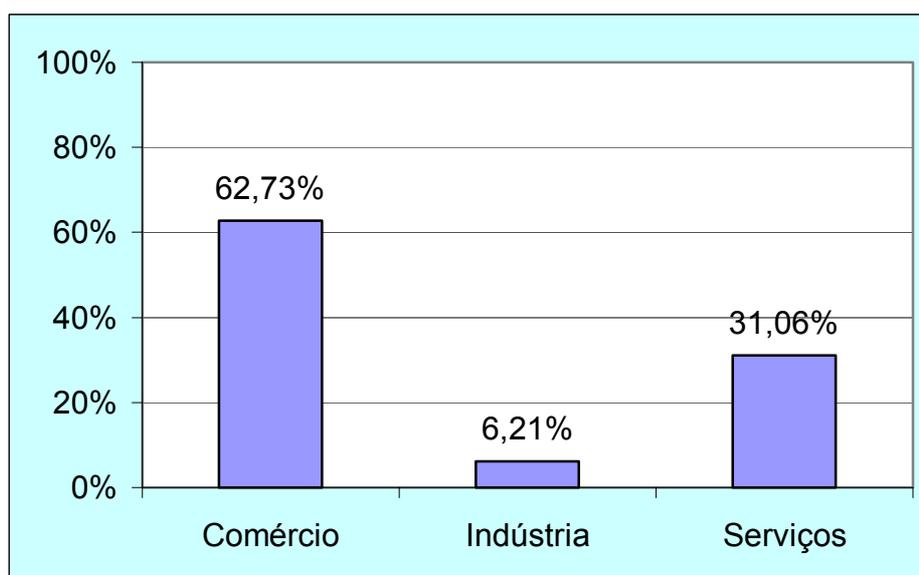


Gráfico 16 : Qual o setor de atividade de sua empresa?

No gráfico 16 observa-se que a grande maioria das empresas constituídas no primeiro semestre de 2003 em Marechal Cândido Rondon (PR), pertencem ao segmento do comércio com 62,73% do total de empresas instaladas. Quando analisado o setor serviço, apontado como setor de atividade da empresa para 31,06% do total dos entrevistados, observa-se que este índice cai para 19,30% para

empresários com nível superior e para 12,24% de pessoas do sexo feminino. Já no segmento comércio sobe de 62,73% no total dos entrevistados para 73,68% das pessoas com curso superior e para 83,67% dos entrevistados do sexo feminino.

Tabela 13: Qual era sua atividade antes de montar a empresa?

| ATIVIDADE ANTERIOR | PERCENTUAL |
|------------------------------|-------------------|
| Estudante | 5,00% |
| Desempregado | 11,88% |
| Autônomo | 22,50% |
| Empregador em outra Empresa | 25,63% |
| Empregado de empresa privada | 22,50% |
| Empregado de empresa pública | 5,00% |
| Outras atividades | 7,50% |

Na tabela 13 nota-se que dos novos empresários de Marechal Cândido Rondon (PR), 25,63% já eram empregadores em outras empresas, conclui-se que parte desses pode ter aberto mais uma empresa, porém outros mudaram de ramo ou até fecharam suas antigas empresas e se aventuram em um novo segmento. Estavam desempregados e abriram a empresa (11,88%), assim conclui-se que abriram por necessidade, somados os estudantes a este grupo chega-se ao percentual de 16,88%.

Tabela 14: Qual o motivo que o levou a abrir a empresa?

| Motivos | % total | Curso superior | Sexo feminino |
|---|----------------|-----------------------|----------------------|
| a) Identificou Oportunidade | 30,05% | 25,71% | 31,48% |
| b) Tinha experiência | 27,17% | 20,00% | 25,93% |
| c) Tinha tempo disponível | 6,36% | 11,43% | 7,41% |
| d) Tinha capital disponível | 11,56% | 18,57% | 7,41% |
| e) Estava desempregado | 8,09% | 11,43% | 11,11% |
| f) Estava insatisfeito no emprego | 12,14% | 2,86% | 7,41% |
| g) Foi demitido e recebeu FGTS/indenização | 4,05% | 7,14% | 9,25% |
| h) Aproveitou programa de demissão voluntária | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| i) Outros | 0,58% | 2,86% | 0,00% |

Na tabela 14 verifica-se que a maioria dos entrevistados montou a empresa porque identificou uma oportunidade (30,05%), 27,17% dos entrevistados disse que resolveu montar empresa porque tinha experiência na atividade.

Quando analisado somente empresários com curso superior concluído, os índices se alteram, principalmente no quesito estava insatisfeito no emprego, onde o índice cai de 12,14% para 2,86% dos entrevistados e analisado somente o sexo feminino este índice fica em 7,41%.

Empresários com curso superior alegaram em 11,43% das entrevistas que montaram suas empresas por possuírem tempo disponível, esse item quando verificado no total das entrevistas é de 6,36%, quase a metade.

O item foi demitido e recebeu FGTS/Indenização, foi apontado por um número maior de entrevistados dentro do sexo feminino (9,25), como o motivo que o levou a abrir a empresa, enquanto a índice apontado no total das entrevistas foi de 4,05%.

Outro número que chama atenção é o item: estava desempregado. No total das entrevistas é apontado por 8,09% das pessoas como motivo que o levou a abrir a empresa, enquanto para pessoas com curso superior é indicado por 11,43%, e por 11,11% dos entrevistados do sexo feminino.

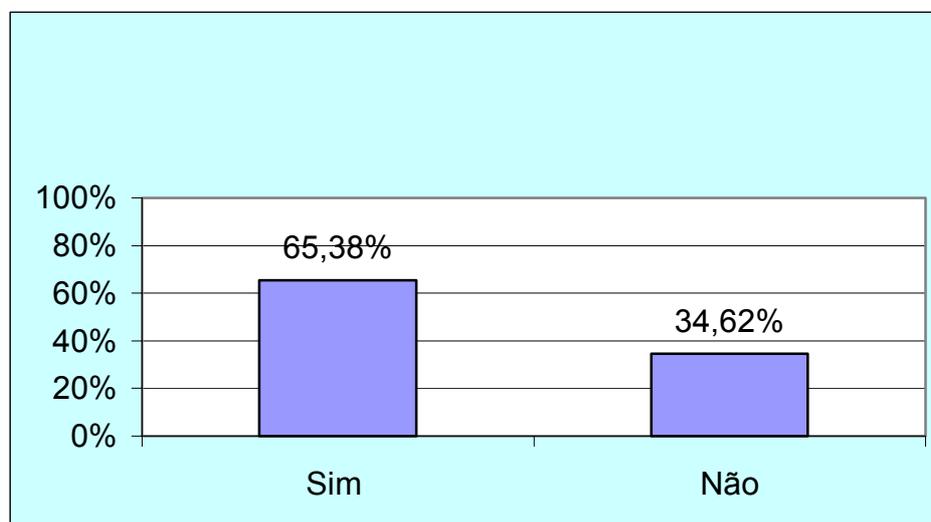


Gráfico 17: Efetua propaganda e divulgação de sua empresa.

No gráfico 17 observa-se que 65,38% utilizam-se de algum meio de divulgar seus produtos. Significa que embora muitos empresários não saibam quem seria

seus clientes, estes sabem que a empresa existe e tem produtos que possam atender suas necessidades, gerando assim demanda espontânea por parte do consumidor.

Tabela 15: Qual o meio utilizado para propaganda

| MEIO | PERCENTUAL |
|--------------------------|-------------------|
| Rádio | 53,16% |
| Jornal | 32,28% |
| Panfletos | 20,25% |
| Mala direta aos clientes | 9,49% |
| Outras | 2,53% |

Na tabela 15 verifica-se que a preferência na divulgação dos produtos é através de anúncios nas emissoras de rádio, em razão de atingir uma população maior e poder direcionar ao público alvo, conforme programação da rádio.

Tabela 16: Quais as principais dificuldades encontradas neste período de funcionamento da empresa

| DIFICULDADES | PERCENTUAL |
|-----------------------------|-------------------|
| a) Falta de capital de giro | 21,52% |
| b) Concorrência muito forte | 8,86% |
| c) Problemas financeiros | 15,19% |
| d) Falta de mão-de-obra | 15,82% |

| | |
|-----------------------------|--------|
| e) Carga tributária elevada | 46,20% |
| f) Falta de crédito | 17,72% |
| g) Maus pagadores | 19,62% |
| h) Falta de clientes | 17,72% |
| i) Ponto inadequado | 1,27% |
| j) Outros | 1,27% |

Neste quesito os entrevistados podiam assinalar quantas respostas quisessem, assim o percentual foi calculado sempre em função do número total de entrevistas 158, dessa maneira todos os itens poderiam ter até 100% das respostas assinaladas.

Os itens assinalados com maior percentual todos estão ligados a questão financeira, demonstrando que as empresas não se prepararam com capital de giro necessário para fazer frente a estas despesas, embora o item carga tributária elevada tenha sido apontado por 46,20% dos entrevistados, significa que estão com dificuldade de recolherem os tributos, devido a falta de caixa.

Tabela 17: Quantos empregados possui?

| Nº de Empregados | Percentual |
|--------------------------|-------------------|
| a) Até 09 empregados | 87,77% |
| b) de 10 a 19 empregados | 7,91% |
| c) de 20 a 49 empregados | 3,60% |
| d) de 50 a 99 empregados | 0,72% |

A expressiva maioria 87,77% das empresas constituídas no primeiro semestre do ano de 2003, são empresas de até 09 empregados, constituindo-se de micro empresas.

Tabela 18: O que poderia melhorar o desempenho de sua empresa?

| FATORES DE MELHORIA | PERCENTUAL |
|------------------------------|-------------------|
| a) Maior demanda | 8,13% |
| b) Cursos/Treinamentos | 13,75% |
| c) Consultoria | 6,25% |
| d) Melhora da economia | 9,38% |
| e) Menores impostos | 35,00% |
| f) Crédito e capital de giro | 17,19% |
| g) Mão-de-obra qualificada | 9,69% |
| h) Outras | 0,63% |

Na tabela 18 observa-se que a grande maioria dos entrevistados assinalou itens ligados ao financeiro, se somados menores impostos e crédito e capital de giro, obtém-se o índice de 52,19%, evidenciando que a maioria dos novos empresários de Marechal Cândido Rondon, estão com problemas financeiros para administrarem suas empresas

4.5 Análise dos Resultados

Pelos dados apresentados no tópico anterior, tabela 8, pode-se constatar que as empresas que iniciaram as atividades no primeiro semestre de 2003, possuem nível de escolaridade elevado 44,94% possuem o terceiro grau, enquanto 40,51% possuem o segundo grau completo, totalizando 85,45% dos empresários tendo pelo menos o segundo grau completo, pesquisa divulgada pelo Sebrae/SC (1999), 70% dos empresários de Florianópolis possuíam no mínimo o segundo grau, 30% nível superior; em uma primeira análise conclui-se que os empreendedores estão bem preparados empiricamente para desenvolver uma boa administração frente à empresa, porém observa-se pelas análises das pesquisas que a grande maioria dos empresários encontra-se em dificuldades financeiras, faltou o planejamento de quanto seria necessário para capital de giro e repor estoques, visto ser prática normal no município as vendas a prazo.

Na tabela 13, Qual era sua atividade antes de montar a empresa? Embora 27,5% eram empregados de empresas privadas ou públicas e 22,5% eram autônomos, um número que chama a atenção é o elevado percentual (25,63%) de pessoas que responderam que eram empregadores em outra empresa. Pode-se concluir que um percentual destes fazia parte de empresas que foram extintas e o empreendedor lançou-se em novo ramo de atividade, “tentando a sorte”, pois com certeza não fez avaliação do que deu errado, para não cometer os mesmos erros, embora alguns possam ter vendido a antiga empresa e constituído nova, e outros ainda estar abrindo mais um empreendimento.

Somente 27,74% procuraram algum tipo de assessoria (gráfico 11), 69,68% não efetuaram planejamento antes de abrir a empresa (gráfico 13), 3,95% já tiveram ou

tem restrição cadastral (Gráfico 4) somente 34,81% verificou quem seriam os fornecedores (tabela 11), 29,03% não analisou quem seriam seus clientes Gráfico (15), somente 32,28% analisou número e produto dos concorrentes (tabela 11), carga tributária elevada com 46,29% das respostas e falta de capital de giro com 21,52 foram os itens mais lembrados quando solicitados quais as principais dificuldades encontradas neste período de funcionamento da empresa (tabela 16). Com base nas informações acima podemos concluir que uma parcela das empresas pesquisadas não fugirá a regra de encerrar as atividades antes de completar um ano, conforme pesquisa Sebrae (2001, p. 14) onde aponta que 32% das empresas fecham nos primeiros doze meses.

Verifica-se na pesquisa que somente 27,22% verificou qual o volume de capital de giro necessário (tabela 11), isso pode ser constatado pela dificuldade que os empresários estão tendo em manter-se sem utilizar recursos de terceiros. Na tabela 10, observa-se que 71,97% dos entrevistados utiliza crédito bancário através de cheque especial, diga-se a linha de crédito bancária mais cara; 41,57% utilizam de capital de giro e 29,21% antecipam seus recebíveis (desconto de cheques e duplicatas).

A grande maioria das empresas iniciadas no primeiro semestre são classificadas como do comércio (62,73%), no setor de serviços (31,06%) e na indústria (6,21%), gráfico 16. Pesquisa divulgada pelo Sebrae (2001, p. 4), demonstra que no ano de 2001 na cidade de São Paulo as empresas que iniciaram atividades eram constituídas de 64% comércio, 27% serviços e 9% indústrias. Assim conclui-se que no setor de atividade a média das empresas constituídas encontra-se nos mesmos níveis nacionais.

Dentre os motivos que levaram o empresário a constituir a empresa 30,64%

se enquadram na soma dos itens: tinha tempo disponível 6,36%, estava desempregado 8,09%, estava insatisfeito no emprego 12,14%, foi demitido e recebeu FGTS/indenização 4,05%; 30,06% diz que identificou oportunidade de negócio, 27,17 tinha experiência e 11,56% tinha capital disponível (tabela 14).

Considerando que 8,09% estava desempregado, podemos considerar que estes abriram empresa por necessidade, chegamos a um percentual bastante próximo do divulgado por Karan (2002, p. A4), cita que o brasileiro torna-se empreendedor por necessidade, conforme pesquisa citada pelo *GEM*, onde o Brasil possui o maior índice dos 37 países pesquisados, 7,5%.

Os resultados mostram que os empresários confiam muito em seu *feeling* para iniciar seus negócios, e deixam de realizar algumas atividades fundamentais para quem está iniciando uma atividade empresarial, como pesquisa do mercado, identificar quem será seu cliente, quem será seu fornecedor, quanto capital de giro é necessário para a empresa funcionar, enfim fazer um plano de negócios.

4.6 Sugestões

Com base nas respostas obtidas na pesquisa junto aos novos empresários, observa-se que 49%, (do universo de 27,74% que procuraram assessoria), procuram a Secretária de Indústria e Comércio do município como forma de assessoria, assim sugere-se ao Secretário Municipal em conjunto com Empresas Junior's das Faculdades de Administração do município e ao Sebrae:

- a) Criar um setor de atendimento aos empreendedores e futuros empresários, com profissionais da área de administração, a fim de efetuar assessoramento antes da abertura das empresas;

- b) Disponibilizar um profissional para efetuar projetos de viabilidade financeira aos futuros empresários;
- c) Desenvolver um programa de treinamento permanente a ser oferecido aos futuros empresários;
- d) Oferecer cursos de profissionalização a pessoas da comunidade, voltados a atender aos setores que apontaram que mão de obra qualifica, poderia melhorar o desempenho da empresa;
- e) Em parceria com o Sebrae fazer acompanhamento mensal das empresas que instalam-se no município nos primeiros doze meses;
- f) Em parceria com o Banco Social que funciona junto à prefeitura municipal, estender crédito aos empresários.

4.7 Considerações finais

Neste capítulo apresentou-se os resultados da pesquisa efetuada junto aos empresários que abriram suas empresas no primeiro semestre de 2003. Os itens do questionário foram analisados e comentados um a um.

No próximo e último capítulo deste trabalho será apresentado a conclusão e sugestão para trabalhos acadêmicos futuros.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Neste capítulo são apresentadas as conclusões referentes aos resultados alcançados no trabalho proposto e também sugestões para novas pesquisas.

5.1 Considerações preliminares

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

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

A melhoria da qualidade de vida da população brasileira, passa por vagas de trabalho, e os estudos apontam que a maneira mais fácil e rápida de gerar novos postos de trabalho é via a micro e pequena empresa. Neste sentido o presente trabalho buscou analisar e interpretar o que leva empreendedores a constituírem empresas.

O número de empresas vem crescendo consistentemente ao longo dos últimos anos, em média de 1995 a 2000 “a cada ano, foram criadas 314 mil firmas e fechadas 219 mil”.

O Regime Simplificado de Tributação (Simples), instituído em dezembro de 1996, ao conceder tratamento tributário diferenciado para as MPE's, incentivou o processo de formalização de novos empreendimentos.

A taxa de natalidade demonstrou ser pouco sensível às oscilações na atividade econômica, com poucas diferenças para os anos de 1996, 1998, 1999 e 2000, apesar de as taxas de crescimento da economia terem sido bastante distintas. As maiores taxas de natalidade ocorreram em 1997, assim, há evidências de que a instituição do Simples, em dezembro de 1996, tenha provocado um movimento de formalização de micro e pequenas empresas.

Pode-se destacar dentre os pontos fortes do trabalho, junto aos novos empresários de Marechal Cândido Rondon – primeiro semestre de 2003 – Verificação *in loco* dos indicadores: sociais, financeiros, administrativos e de planejamento, propostos na pesquisa.

Sendo possível ao pesquisador estratificar os dados de maneira a conhecer os números gerais e poder fazer comparações entre itens, conforme subdivisões possíveis dentro dos indicadores sociais em relação as demais respostas dadas pelos entrevistados, aos demais indicadores.

Aparece como ponto fraco do modelo, o fato de que não foi possível atingir 100% do público alvo, visto alguns terem se negado a responder o questionário.

5.2 Conclusões

Da observação dos resultados obtidos, pela pesquisa, junto aos empresários, alguns merecem destaque e considerações especiais, pois ajudam a esclarecer o problema citado no item 1.2, p. 20, bem como elucidam os objetivos do presente trabalho.

A razão principal que empreendedores instalam suas empresas é porque identificaram oportunidade ou já possuíam experiência anterior no ramo.

Dentre as principais dificuldades encontradas nos primeiros meses de atividade foi apontado à carga tributária elevada, que talvez reflita a necessidade de desembolso financeiro em determinado período, para quitação de tributos; visto que os itens seguintes mais apontados foram: falta de capital de giro e falta de crédito, respectivamente, assim pode-se concluir que a falta de dinheiro tem sido o fator mais crítico das empresas constituídas nos últimos seis meses.

Antes de abrir a empresa 72,26% dos entrevistados não procurou nenhum tipo de assessoria, 69,68% não efetuou planejamento algum, somente 27,22% dos novos empresários verificaram qual a necessidade de capital de giro necessário para manter a empresa em funcionamento, 32,28% verificou quem seriam os concorrentes e 34,81% quem seriam seus fornecedores. Aliada a esta falta de planejamento a falta de dinheiro citada no parágrafo acima, concluímos que grande parte destas empresas deverá passar por algum tipo de problema, podendo fazer parte das estatísticas de empresas que encerram suas atividades antes de completarem doze meses de funcionamento.

Conclui-se que o trabalho alcançou os objetivos propostos uma vez que atendeu ao objetivo geral de Identificar e analisar empreendedores que iniciaram

nas atividades empresariais, realizando a análise da criação de micro e pequenas empresas no município de Marechal Cândido Rondon (PR)

O trabalho propôs alguns objetivos específicos, os quais foram atendidos em sua plenitude. As micro e pequenas empresas que iniciaram suas atividades nos primeiros seis meses do ano de 2003, na cidade de Marechal Cândido Rondon (PR), foram identificadas através de relação de empresas que solicitaram alvará de funcionamento junto a Prefeitura Municipal. De posse dessa relação e de questionário previamente preparado, foram visitadas, pessoalmente, 207 das 211 empresas constantes da referida relação, sendo que destas 158 concordaram em participar do trabalho proposto pelo mestrando.

De posse dos questionários respondidos foi possível efetuar a tabulação das respostas, criar gráficos e tabelas para fazer a análise dos fatores que levaram empreendedores a montarem sua micro e pequenas empresas.

Com base nas respostas obtidas através do questionário de pesquisa é possível apresentar as principais características dos novos empresários:

Os novos empresários em sua maioria são do sexo masculino, casados, possuem no mínimo o ensino médio, tem entre 31 e 45 anos, possuem conta em bancos com cheque especial, tem a empresa como única fonte de renda, atuam no segmento do comércio, eram empregados de empresa privada e optaram por montar o próprio negócio, iniciaram nas atividades por que identificaram oportunidade de negócio, acreditam em suas idéias, não procurando assessoria, ou efetuando planejamento antes de iniciar a atividade empresarial, porém estão preocupados com a rentabilidade e calculam o volume de vendas necessário para cobrir os custos fixos e dar lucro, verificam quem serão seus clientes com

antecedência, investem em propaganda e possuem até 09 empregados.

5.3 Sugestões para trabalhos futuros

A partir do trabalho realizado, ficam algumas sugestões para serem realizados trabalhos acadêmicos no futuro.

Realizar estudo multi-caso das empresas ora pesquisadas, a fim de identificar quais saem do mercado, fazendo um comparativo com o perfil do empreendedor quando esse iniciou nas atividades empresariais.

Realizar estudo de caso entre empresas que efetuaram planejamento prévio (plano de negócios) e empresas que não efetuaram nenhum planejamento, a fim de traçar um comparativo das administrações, e se estas empresas passaram por alguma dificuldade e ações que foram implementadas para resolução.

Propor plano de negócio padrão para empreendedores que pretendam instalar micro e pequenas empresas.

Propor um sistema de risco empresarial, levantando quais segmentos possuem maior probabilidade de enfrentar problemas.

REFERÊNCIAS

Obras Citadas

- AMORIN, L. **Por que as empresas quebram?** Salvador: Casa da Qualidade, 2000.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico.** 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2001.
- BARRETO, L. P. **Educação para o Empreendedorismo.** Salvador: Escola de Administração de Empresa da Universidade Católica de Salvador, 1998.
- BAUMBACK, C. M. **Basic Small Business Management:** Englewood cliffs. Prentice Hall, 1983.
- BERNHOEFT, RENATO. **O novo empreendedor:** Jornal Gazeta Mercantil, 29 e 30/09 2002.
- BIRLEY, Sue & MUZIKA Daniel F. **Dominando os desafios do empreendedor.** São Paulo: Makron Books, 2001.
- BNDES. **Informe-se – Criação e fechamento das firmas Brasileira: uma análise por porte.** Nº 32, dezembro 2001. Disponível em: www.bndes.gov.br/conhecimento/informesf/inf. Acessado em: 02/11/2003.
- BNDES. **Porte de Empresa.** Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/produtos/consulta/porte/porte.asp>, acessado em : 02/11/2003
- BRINGHENTI, Cassiano. **Fundamentos para implantação de micro e pequenas empresas de alimentos.** Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis 2000.
- BRITO, Francisco e WEVER, Luiz. **Decálogo de um empreendedor:** Revista VOCÊ s.a., Editora Abril, janeiro, edição 55, p. 40-43, 2003.
- BUNGE, M. **EPISTEMOLOGIA.** São Paulo: Edusp, 1979.
- CASSARRO, Antonio Carlos. **Sistemas de informações para tomada de decisões.** 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.
- CERVO, Amado Luiz.; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica.** 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996.
- CHIAVENATO, I. **Administração de empresas: uma abordagem contingencial.** 3ª ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

CIELO, Ivanete Daga. **Perfil do pequeno empreendedor**. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

CP2. **Tipos de pesquisa mercadológica**. Disponível na internet: <http://www.cp2.com.br>. Acessado em: em 3 abr 2000.

CRUZ, P. R. G. **A prática da pesquisa**. Apostila do curso de gerenciamento de pequenos negócios. Florianópolis: SEBRAE, 1998.

CUNHA, Rodrigo Vieira. **A migração do emprego**. Revista Você s.a. edição 46, ano 5, p. 22 – 31. São Paulo, abril 2002.

DENARDIM, Valmir. **De cada sete brasileiros, um tem empresa**. Jornal Gazeta Mercantil, 06 de fevereiro de 2002, p. A17.

D'ERCOLE, R. A Década que Revolucionou o Brasil. In: **Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios**. Ano XI – Nº 120 – jan. 1999, p. 42-46.

DOLABELA, Fernando. Celso. Chagas. **O segredo de Luísa: Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. São Paulo: Cultura, 1999.

_____. **A Visão**. Artigo, 2003. Disponível em: <http://www.dolabela.com.br>, acessado em 02/11/2003.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 6ª edição, 2000.

EHLERT, Ana. **Mulheres abrem 33% das empresas do Paraná**. Jornal do Estado, Curitiba (PR), 27 agosto de 2002, caderno economia, p. B1.

EMPINOTTI, M. **Os valores a serviço da pessoa humana**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1994.

FARREL, L. C. **Entrepreneurship**. Fundação das organizações empreendedoras. São Paulo: Saraiva, 1993.

FRANCO, H. **Contabilidade Industrial**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

FUENTES, Liége. **Disparada em bloco**. Revista Você s.a. Edição 46, ano 5, p. 38 – 39, São Paulo, abril 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1999.

IBGE. **As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil**. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa/microempresa2001.pdf>

_____. **Cadastro Central de Empresas.** Disponível em:
<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/>, acessado em 02/11/2003

IBQP. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Global 2002.** Disponível em:
WWW.sebrae.com.br/br/ued/download/relatorio_global_2002.pdf. Acessado em 17/11/2003

JACOBINO, Dalen. **Seja o seu Patrão, mesmo tendo um chefe:** Revista VOCÊ s.a., editora abril, janeiro, edição 31, ano 4, p. 20-27, 2002.

JUNTA COMERCIAL DO PARANÁ. **Relatório Estatístico.** Disponível em:
<http://www.pr.gov.br/jucepar>, acessado em: 02/11/2003

KARAM. Miriam. **Brasileiro torna-se empreendedor por necessidade.** Jornal Valor Econômico, São Paulo, 14 nov 2002. Caderno Brasil, p. A4.

LEZANA, A. G. R.; TONELLI, A. **Empreender:** identificando avaliando e planejando um novo negócio. O comportamento do empreendedor. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 1998.

LEZANA A. G. R. **Empreendedorismo.** Apostila do curso de Mestrado. Florianópolis, 2000.

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, J. Willian. **Administração de pequenas empresas:** ênfase na gerência empresarial. São Paulo: Makron Books, 1997.

LONGEN, M. T. **Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor.** Florianópolis SC, 1997. Dissertação (Mestrado Em Engenharia da Produção), Universidade Federal de Santa Catarina.

MALUCHE, Maria Aparecida. **Modelo de controle de gestão para a pequena empresa como garantia de qualidade.** Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção), Universidade federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

MARI, Juliana de. **De portas abertas.** Revista Você s.a. edição 46, ano 5, p.34 – 35. São Paulo, abril 2002.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação Científica:** a prática do fechamento, resumos, resenhas. São Paulo: Atlas, 1999.

OLIVEIRA, M. A. **Valeu! Passos na trajetória de um empreendedor.** São Paulo: Nobel, 1995.

OLIVEIRA, S. L. **Tratado de metodologia científica.** São Paulo: Pioneira, 1998.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da qualidade no processo: a qualidade na produção de bens e serviços.** São Paulo: Atlas, 1995.

PRADO, Lauro Jorge. **Ingredientes do Sucesso.** A revista eletrônica da gestão. disponível em: <http://lauoprado.tripod.com/ezine/>, acessado em 05/10/2003.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON (PR). Setor de expedição de alvarás. 2003.

RECEITA FEDERAL. **Lei nº 4.137/1962 – Regula a repressão ao abuso do poder econômico.** Disponível na internet: http://www.cade.gov.br/lei_4.137.htm, acessado em 02/05/2003.

_____. **Lei nº 9.317/1996 – Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES.** Disponível na internet: <http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/Leis/>. Acessado em 02/05/2003.

_____. **Lei nº 9.732/1998 - Altera dispositivos da Lei nº 9.317.** Disponível na internet: <http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/Leis/>. Acessado em 02/05/2003

_____. **Lei nº 9.841/1999 – Estatuto das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.** Disponível na internet: <http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/simples/>, Acessado em 02/05/2003.

RESNIK, P. **A bíblia da pequena empresa: como iniciar com segurança sua pequena empresa e ser bem sucedido.** São Paulo: Makron Books, 1990.

REVISTA PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. **Aumenta o número de empreendedores em 2002:** Disponível na internet: <http://www.pegn@globo.com>. Acessado em: 15 Nov 2002.

REVISTA VOCÊ S/A. Edição 31, ano 4, Editora Abril, janeiro/2001

_____. Edição 46, ano 5, Editora Abril, abril/2002a.

_____. Edição 50, ano 5, Editora Abril, agosto 2002b.

_____. Edição 55, Editora Abril, janeiro 2003.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEBRAE. **Sobrevivência e Mortalidade das Empresas Paulistas de 1 a 5 anos.** 2001. Disponível em <http://www.sebraesp.com.br/pesquisa/download/MortsobreviveEmpresasPaulistas.doc>, acessado em 20 set. 2001

_____. **Perfil do Empreendedor.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br> acessado em nov 2002.

_____. **Você é empreendedor?** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/> acessado em 20 set. 2003a.

Obras Consultadas

AIUB, George Wilson. **Inteligência Empreendedora: Uma proposta para a capacitação de multiplicadores da cultura empreendedora.** Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção), UFSC, Florianópolis, 2002, p. 106.

ALLAN, Dave.; KINGDON, Matt.; NURRIN, Kris.; RUDKIN, Daz. **E se . . . Você começasse a agir.** São Paulo: Nova Cultural, 2002.

CAMARGO, Leônidas Lopes. **Uso de indicadores da qualidade para o gerenciamento estratégico de empresas do ramos comercial.** Dissertação (Mestrado em Engenharia do Produção), UFSC, Florianópolis, 2003, p. 97.

DI LASCIO, Rafael Henrique Castanho. **Modelo para Análise de Qualidade de Vida no trabalho dos Profissionais dos Serviços de Enfermagem em Hospital Pediátrico.** UFSC, Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2003, 129 p.

GARRIDO, Laércio M. **Virei Gerente, e Agora?** São Paulo: Nobel, 2000.

DRUCKER, Peter F. **O Gerente Eficaz.** Rio de Janeiro: Guanabara, 1967.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese.** São Paulo: Perspectiva, 15ª ed. 1999.

FERREIRA, José Amauri. **Formação de empreendedores: Proposta de abordagem Metodológica Tridimensional para a Identificação do Perfil do Empreendedor.** Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção), UFSC, Florianópolis, 2003.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing.** São Paulo: Prentice Hall, 10ª ed. 2000.

KRAMES, Jeffrey A. **Jack Welch de A a Z.** Rio de Janeiro: Campos, 2002.

KRUGMAN, Paul. **Vendendo Prosperidade: Sensatez e Insensatez Econômica na Era do Conformismo.** Rio de Janeiro: Campus, 1997

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing Titânico.** São Paulo: Futura, 2001

LIVELY, Lynn. **Como gerenciar informações.** Rio de Janeiro: Campus, 2002.

LORIGGIO, Antonio. **De onde vêm os problemas: Método para um diagnóstico eficaz.** São Paulo: Negócios, 2002.

MARGERISON, Charles.; MCCANN, Dick. **Gerenciamento de Equipes: Novos enfoques práticos.** São Paulo: Saraiva, 1996.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da Qualidade: Teoria e Prática.** São Paulo: Atlas, 2000.

ROEHRS, Ademar Alcindo. **Associativismo Empresarial: Um estudo de caso sobre o projeto Empreender – no Paraná e em Marechal Cândido Rondon.** Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção), Florianópolis, UFSC, 2003, 210 p.

SEBRAE. **A Pequena Empresa e o Novo Código Civil.** SEBRAE Nacional, 2003. 66 p.

STONE, Merlin.; WOODCOCK, Neil.; MACHTYNGER, Liz. **CRM: Marketing de Relacionamento com os Clientes.** São Paulo: Futura, 2001.

STEWART, Stern. **EVA: Valor Econômico Agregado: a verdadeira chave para criação de riqueza.** Rio de Janeiro: Qualimark, 1999.

WOOD, Thomaz JR. **Gestão Empresarial.** São Paulo: Atlas, 2001.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Correspondência entregue aos empresários no momento da apresentação do entrevistador.

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Mestrado em Engenharia da Produção.

Marechal Cândido Rondon Paraná, 20 de agosto de 2003.

Prezado Empresário

Convidamos Vossa Senhoria a responder o questionário em anexo, o qual faz parte do trabalho de conclusão de Mestrado em Engenharia de Produção, pela Universidade Federal de Santa Catarina.

Sua opinião e sugestões são muito importantes. Elas serão a base de nossa pesquisa, que servirá para identificarmos os motivos que empreendedores iniciam suas atividades empresariais.

Não é necessário identificar-se.

Desde já agradecemos sua colaboração

Atenciosamente

Claiton Schlindwein
Mestrando

APÊNDICE B

Modelo de questionário para levantamento dos fatores que levam empreendedores a iniciarem nas atividade em micro e pequenas empresas.

Questionário de pesquisa – Novos Empresários, Marechal Cândido**Rondon 2003**

1 – Sexo?

 Masculino Feminino

2 – Estado Civil?

 Solteiro Casado Convivente
 Separado outros

3 – Grau de Escolaridade?

 Ensino Fundamental Ensino Médio Superior
 Especializado Mestrado / Doutorado

4 – Faixa Etária?

 Até 25 anos De 26 a 30 anos de 31 a 35 anos
 De 36 a 40 anos De 41 a 45 anos mais de 46 anos

5 – Sua Empresa possui conta corrente em bancos

 Sim Não (Vá para o item 7)

6 – Utiliza alguma linha de crédito?

 Cheque especial
 Capital de Giro
 Desconto de cheques
 Desconto de duplicatas
 Proger
 Outra.

7 – Teve algum tipo de restrição cadastral em nome de sua empresa?

 Sim Não (Vá para o item 10)

8 – Qual a restrição que teve?

 Cheque devolvido Protesto de título SPC

9 – As restrições foram regularizadas

 Sim Não

10 – Movimenta valores da empresa em sua conta particular?

 Sim Não

11 – Teve alguma restrição cadastral em seu nome (PF)?

 Sim Não (Vá para o item 14)

12 – Qual a restrição que teve?

 Cheque devolvido Protesto de título SPC

13 – As restrições foram regularizadas?

Sim Não

14 – A empresa é sua única atividade remunerada?

Sim Não

15 – Qual o setor de atividade de sua empresa?

Comércio Indústria Serviços

16 – Qual era sua atividade antes de montar a empresa?

Estudante
 Desempregado
 autônomo
 Empregador em outra empresa
 Empregado de empresa privada
 Empregado de empresa pública
 outras atividades

17 – Qual o motivo que o levou a abrir a empresa?

Identificou Oportunidade
 Tinha experiência
 tinha tempo disponível
 Tinha capital disponível
 Estava desempregado
 Estava insatisfeito no emprego
 Foi demitido e recebeu FGTS/indenização
 Aproveitou programa de demissão voluntária
 Outros

18 – Antes de abrir a empresa, procurou algum tipo de assessoria?

Sim Não (Vá para o item 20)

19 – Qual?

Sebrae
 Secretaria de Indústria e comércio
 Outro

20 – Efetuou algum planejamento antes de abrir a empresa?

Sim Não (vá para o item 22)

21 – O senhor calculou o volume de vendas necessário para ter lucro antes de abrir a empresa?

Sim Não

22 – Antes de abrir a empresa verificou?

- Quem seriam os fornecedores
- Aspectos legais
- Produtos da concorrência
- Número de concorrentes
- Qual o volume de capital de giro necessário
- Clientela
- estrutura de custos
- Outros

23 – Identificou previamente quem seriam seus clientes?

- Sim
- Não (Vá para o item 26)

24 – Como fez a identificação prévia dos clientes?

- Pesquisou o mercado
- Empresas da área
- Experiência anterior
- Outra

25 – Investe em propaganda e divulgação dos produtos e de sua empresa?

- Sim
- Não (Vá para o item 28)

26 – Qual o meio utilizado?

- Rádio
- jornal
- Panfletos
- Mala direta aos clientes
- Outras

27 – Quais as principais dificuldades encontradas neste período de funcionamento da empresa?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Falta de capital de giro | <input type="checkbox"/> Falta de crédito |
| <input type="checkbox"/> Concorrência muito forte | <input type="checkbox"/> Maus pagadores |
| <input type="checkbox"/> Problemas financeiros | <input type="checkbox"/> Falta de clientes |
| <input type="checkbox"/> Falta de mão-de-obra | <input type="checkbox"/> Ponto inadequado |
| <input type="checkbox"/> Carga tributária elevada | <input type="checkbox"/> Outros |

28 – Quantos empregados possui? Número total entre registrados ou não registrados.

- Até 09 empregados
- de 10 à 19 empregados
- de 20 a 49 empregados
- de 50 a 99 empregados
- de 100 a 499 empregados

() acima de 500 empregados

29 – O que poderia melhorar o desempenho de sua empresa?

- () Maior demanda
- () Cursos/Treinamento
- () Consultoria
- () Melhora da economia
- () Menores impostos
- () Crédito e capital de giro
- () Mão-de-obra qualificada
- () Outras

APÊNDICE C

Apresentação dos resultados apurados na pesquisa de campo realizada junto aos empresários de Marechal Cândido Rondon (PR), que iniciaram as atividades no primeiro semestre de 2003, com base no questionário do apêndice A.

Resultados da pesquisa de campo realizada no município de Marechal Cândido Rondon (PR), junto a empresários que iniciaram nas atividades em micro e pequenas empresas no primeiro semestre de 2003.

Nota Explicativa: As respostas dadas a cada quesito estão dentro de parênteses, e referem-se a freqüência absoluta.

1 – Sexo?

(108) Masculino (50) Feminino

2 – Estado Civil?

(15) Solteiro (116) Casado (11) Convivente

(15) Separado (1) outros

3 – Grau de Escolaridade?

(23) Ensino Fundamental (64) Ensino Médio (54) Superior

(13) Especializado (4) Mestrado / Doutorado

4 – Faixa Etária?

(10) Até 25 anos (24) De 26 a 30 anos (34) de 31 a 35 anos

(31) De 36 a 40 anos (33) De 41 a 45 anos (26) mais de 46 anos

5 – Sua Empresa possui conta corrente em bancos

(95) Sim (63) Não (Vá para o item 7)

6 – Utiliza alguma linha de crédito?

(64) Cheque especial

(37) Capital de Giro

(16) Desconto de cheques

(10) Desconto de duplicatas

(7) Proger

(3) Outra.

7 – Teve algum tipo de restrição cadastral em nome de sua empresa?

(6) Sim (146) Não (Vá para o item 10)

8 – Qual a restrição que teve?

(3) Cheque devolvido (3) Protesto de título (1) SPC

9 – As restrições foram regularizadas

(6) Sim (3) Não

10 – Movimenta valores da empresa em sua conta particular?

(37) Sim (117) Não

- 11 – Teve alguma restrição cadastral em seu nome (PF)?
(5) Sim (111) Não (Vá para o item 14)
- 12 – Qual a restrição que teve?
(4) Cheque devolvido (2) Protesto de título (0) SPC
- 13 – As restrições foram regularizadas?
(7) Sim (1) Não
- 14 – A empresa é sua única atividade remunerada?
(124) Sim (31) Não
- 15 – Qual o setor de atividade de sua empresa?
(101) Comércio (10) Indústria (50) Serviços
- 16 – Qual era sua atividade antes de montar a empresa?
(8) Estudante
(19) Desempregado
(36) autônomo
(41) Empregador em outra empresa
(36) Empregado de empresa privada
(8) Empregado de empresa pública
(12) outras atividades
- 17 – Qual o motivo que o levou a abrir a empresa?
(52) Identificou Oportunidade
(47) Tinha experiência
(11) tinha tempo disponível
(20) Tinha capital disponível
(14) Estava desempregado
(21) Estava insatisfeito no emprego
(7) Foi demitido e recebeu FGTS/indenização
(0) Aproveitou programa de demissão voluntária
(1) Outros
- 18 – Antes de abrir a empresa, procurou algum tipo de assessoria?
(43) Sim (112) Não (Vá para o item 20)
- 19 – Qual?
(17) Sebrae
(49) Secretaria de Indústria e comércio
(3) Outro
- 20 – Efetuou algum planejamento antes de abrir a empresa?
(47) Sim (108) Não (vá para o item 22)

21 – O senhor calculou o volume de vendas necessário para ter lucro antes de abrir a empresa?

(122) Sim (34) Não

22 – Antes de abrir a empresa verificou?

(55) Quem seriam os fornecedores

(85) Aspectos legais

(51) Produtos da concorrência

(51) Número de concorrentes

(43) Qual o volume de capital de giro necessário

(94) Clientela

(51) estrutura de custos

(4) Outros

23 – Identificou previamente quem seriam seus clientes?

(110) Sim (45) Não (Vá para o item 26)

24 – Como fez a identificação prévia dos clientes?

(30) Pesquisou o mercado

(31) Empresas da área

(57) Experiência anterior

(4) Outra

25 – Investe em propaganda e divulgação dos produtos e de sua empresa?

(102) Sim (54) Não (Vá para o item 28)

26 – Qual o meio utilizado?

(84) Rádio

(51) jornal

(32) Panfletos

(15) Mala direta aos clientes

(4) Outras

27 – Quais as principais dificuldades encontradas neste período de funcionamento da empresa?

(34) Falta de capital de giro

(28) Falta de crédito

(14) Concorrência muito forte

(31) Maus pagadores

(24) Problemas financeiros

(28) Falta de clientes

(25) Falta de mão-de-obra

(2) Ponto inadequado

(73) Carga tributária elevada

(2) Outros

28 – Quantos empregados possui? Número total entre registrados ou não registrados.

- (122) Até 09 empregados
- (11) de 10 à 19 empregados
- (5) de 20 a 49 empregados
- (1) de 50 a 99 empregados
- (0) de 100 a 499 empregados
- (0) acima de 500 empregados

29 – O que poderia melhorar o desempenho de sua empresa?

- (26) Maior demanda
- (44) Cursos/Treinamento
- (20) Consultoria
- (30) Melhora da economia
- (112) Menores impostos
- (55) Crédito e capital de giro
- (31) Mão-de-obra qualificada
- (2) Outras