

O PERFIL DO EMPREENDEDOR NO MUNICÍPIO DE DIVINOLÂNDIA

Dany Fraile¹

Fábio Guilherme Ronzelli Murback²

Resumo: O principal desafio do mercado atual é saber discernir dentro do empreendedorismo o que leva o empreendedor a se destacar. Assim sendo, este artigo apresenta um estudo quantitativo, desenvolvido através de pesquisa realizada com 56 empreendedores do município de Divinolândia – SP que teve como objetivo identificar alguns pontos fundamentais relacionados ao perfil dos mesmos, a motivação para se tornar empreendedor e, principalmente, as características necessárias para se atingir o sucesso, como conhecimentos, habilidades, atitudes e talentos, segundo os mesmos. Considerando todos estes fatores e de acordo com a pesquisa desenvolvida e analisada, este artigo levantou informações específicas dos empreendedores do município, que podem vir a ser úteis, para eventuais programas de capacitação e formação empreendedora no município, fato que pode ser dinamizado pelo governo municipal, consciente da importância que as pequenas e médias empresas podem oferecer para sua economia, caracterizando-se cada vez mais como grandes geradoras de emprego e renda.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Oportunidade; Perfil Empreendedor.

THE PROFILE OF ENTERPRISING IN THE DIVINOLÂNDIA CITY

Abstract: The main challenge of the current market is to discern within the entrepreneurship which leads the entrepreneur to stand out. Therefore, this article presents a quantitative study, developed through research conducted with 56 entrepreneurs in the city of Divinolândia - SP that aimed to identify key points related to the profile thereof, the motivation to become entrepreneurs, and especially the features required to achieve success such as knowledge, skills, attitudes and talents, according to the same. Considering all these factors and in accordance with the developed and analyzed research, this article raised specific information from the city's entrepreneurs, who can be of use to any training programs and entrepreneurial training in the city, a fact which can be realized by the municipal government, aware of the importance of small and medium-sized companies can offer to its economy, characterized increasingly as major generators of employment and income.

Keywords: Entrepreneurship; Opportunity; Entrepreneur Profile.

¹ Graduando, PUC Minas - Campus Poços de Caldas, curso de Administração, Av. Padre Francis Clétus Cox, 1661, Jardim Country Club, 37701-355, Poços de Caldas, MG, Brasil, danyfraile@msn.com.

² Orientador, mestre em Engenharia de Produção, docente da PUC Minas-Campus Poços de Caldas, Av. Padre Francis Clétus Cox, 1661, Jardim Country Club, 37701-355, Poços de Caldas, MG, Brasil, murback@pucpcaldas.br.

1 INTRODUÇÃO

Hoje em dia, existe um grande interesse vindo de campos diferentes em relação à capacidade empreendedora.

O número de empresas no país vem crescendo de uma forma impressionante nos últimos anos e tem alcançado números cada vez maiores de negócios. Apesar de todos os obstáculos à livre iniciativa, o Brasil é hoje palco de um dos mais impressionantes fenômenos de criação de empresas em todo o mundo. Esse fenômeno que está em curso no país, algo tão transformador e comentado quanto a ascensão da classe C, é o nascimento de um país de empreendedores.

Não existe um único tipo de empreendedor ou um modelo padrão que possa ser identificado, apesar de várias pesquisas existentes sobre o tema terem como objetivo encontrar um estereótipo universal. Por isso é difícil rotulá-lo. Esse fato mostra que tornar-se empreendedor é algo que pode acontecer com qualquer um.

Este artigo tem como objetivo identificar o perfil do empreendedor no município de Divinolândia - SP, e especificamente o grau de formação escolar destes empreendedores, as principais razões sobre as quais as pessoas tornam-se empreendedoras no município, e identificar as habilidades, conhecimentos, atitudes e talentos necessários para atingir o sucesso, segundo os empreendedores locais.

O ambiente de incerteza ocasionado pelas rápidas mudanças do mercado e também pela competitividade internacional e a globalização, tem exigido cada vez mais novas formas de organizações empresariais, assim como mais agilidade por parte das empresas.

Nas décadas anteriores, não era comum pessoas abandonarem seus empregos na iniciativa público-privada, para se aventurar em seus próprios empreendimentos, hoje ter seu próprio negócio se tornou o desejo ou a necessidade de parte considerável da população.

E neste atual cenário tem se tornado uma constante a criação de empresas, sendo cada vez mais um fator decisivo no desenvolvimento econômico do país.

O comerciante que possui o perfil empreendedor contribui consideravelmente para a criação de empregos, para o aquecimento da economia, para o aumento da concorrência e também para a criação de novos produtos. Mas, o que pouco se sabe, é se os gerentes e empresários possuem o perfil empreendedor adequado para criar e administrar negócios rentáveis, principalmente em cidades de pequeno porte.

A relevância deste estudo caracteriza-se pela representatividade que as pequenas e médias

empresas bem administradas e competitivas podem proporcionar sobre o processo de desenvolvimento econômico de uma região e conseqüentemente do país, considerando a alta taxa de empregabilidade que proporcionam, traduzindo-se em grandes geradoras de emprego e renda para a população de modo geral e satisfazendo a necessidade do governo em seu papel social. Sendo assim, este estudo busca contribuir com alguns apontamentos teóricos sobre a importância da identificação de um perfil empreendedor, que podem servir como fundamento para futuros estudos a serem desenvolvidos no meio acadêmico.

A escolha deste tema possui relevância para o município de Divinolândia, porque a identificação das habilidades, conhecimentos, atitudes e talentos que geram resultados positivos aos empreendedores locais, pode ser uma informação importante para a melhoria da eficiência ou criação de programas de capacitação desses empreendedores, podendo assim contribuir para o aumento do sucesso das empresas que serão criadas e conseqüentemente contribuindo para reduzir a alta taxa de mortalidade das novas empresas de Divinolândia.

Devido à relevância da discussão do tema, tanto nos meios acadêmicos quanto empresariais, o estudo em questão desperta interesse no pesquisador e se justifica pelo fato de trazer novos aprendizados, tanto pessoal, como profissional, visto que este trabalho vem contribuir para o perfil do administrador, e possíveis estudos futuros sobre o mercado de trabalho da região.

2 METODOLOGIA

O desenvolvimento deste estudo foi de natureza aplicada, pois os resultados e conhecimentos gerados ao fim do trabalho poderão ser revertidos em benefícios para o autor do trabalho, e para o município de Divinolândia.

O estudo se iniciou com uma pesquisa bibliográfica, ou seja, um estudo de fontes secundárias sobre os temas abordados, com o objetivo de identificar os principais assuntos a serem estudados e pesquisados junto aos empreendedores do município de Divinolândia.

“A pesquisa bibliográfica permite que o pesquisador entre em contato direto com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto” (LAKATOS e MARCONI, 1992, p.43), o que possibilita o reconhecimento dos aspectos importantes que cercam o tema, no caso específico deste estudo, o perfil dos empreendedores.

Quanto ao método de estudo o presente trabalho é uma pesquisa descritiva, sobre a qual Gil (2002) ressalta:

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição, das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como questionário e observação sistemática. (GIL, 2002, p.42)

Com relação à forma de abordagem para captar os dados, foi quantitativa, pois foram apuradas opiniões e atitudes explícitas e conscientes dos entrevistados, analisando de forma padronizada o conjunto de dados e informações que influenciaram os empreendedores atuais.

Para coletar os dados referentes ao público-alvo do estudo e descrever os aspectos que envolvem tal público, foi executada uma pesquisa fazendo uso de um questionário.

Sobre o questionário é preciso esclarecer que este pode ser considerado na compreensão de Lakatos e Marconi (2002) como sendo:

[...] um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito. O questionário apresenta vantagens como economia de tempo, obtém grandes números de dados, atinge maior número de pessoas simultaneamente, obtém respostas rápidas e precisas, há maior liberdade nas respostas, em razão do anonimato, há mais tempo para responder e em hora mais favorável. (LAKATOS e MARCONI, 2002, p.65)

Foi utilizada uma amostragem não probabilística por conveniência, pois de acordo com informações da ACE (Associação Comercial e Empresarial) do município de Divinolândia, o último levantamento realizado concluiu que o município possuía cerca de 300 empresas comerciais ativas, sendo que destas 99 são associadas à mesma. Dentro do período de 20 de março de 2013 a 20 de abril de 2013, foram entregues questionários em 102 empresas do município, mas somente 56 foram respondidos, correspondendo assim à amostra da pesquisa.

3 desenvolvimento

3.1 História e definição do empreendedor

As transformações pelas quais o mundo vem sofrendo nos últimos tempos, estão revolucionando o estilo de vida das pessoas, no sentido da criação de inventos inéditos ou mesmo do reaproveitamento do que já existe, mas que ninguém ousou enxergar de outra maneira. Para que esses inventos sejam motivo de sucesso, existem pessoas ou grupos de pessoas que são visionárias, que

Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – *campus* Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

questionam as coisas, que querem algo diferente, que fazem acontecer, que empreendem.

Nos últimos tempos os avanços tecnológicos têm sido de tal ordem, que requerem habilidades diferentes dos empreendedores, dando ênfase para que o empreendedorismo surja como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez. É importante fazer uma análise histórica desse processo, que é o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo. (DORNELAS, 2001).

Buscando as raízes do empreendedorismo, Dornelas (2001) faz um resgate histórico e identifica que a primeira definição de empreendedorismo é creditada a Marco Pólo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como um empreendedor, Marco Pólo concordou em vender as mercadorias trazidas de outras regiões e financiadas por um homem que possuía dinheiro (hoje chamamos de capitalista). Enquanto o capitalista assumia riscos de forma passiva, o empreendedor aventureiro assumia papel ativo, correndo riscos físicos e emocionais.

Na Idade Média, o empreendedor foi definido como aquele que gerenciava grandes projetos sem assumir grandes riscos. Utilizando-se de recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país.

Segundo Dornelas (2001), no século XVII, estabeleceu-se a relação entre assumir riscos e empreendedorismo. O empreendedor fornecia para o governo serviços ou produtos com preços geralmente prefixados e todo e qualquer lucro ou prejuízo era do empreendedor. Ainda neste século, o importante escritor e economista Richard Cantillon, conhecido como um dos criadores do termo empreendedorismo diferenciou o empreendedor, aquele que assumia riscos, do capitalista, aquele que fornecia o capital.

Com o início da industrialização no século XVIII, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados. Um exemplo foi o caso de Thomas Edison, que precisou de auxílios de investidores para financiar seus experimentos em campos elétricos.

Dornelas (2001) afirma ainda que nos séculos XIX e XX, os empreendedores foram confundidos com os gerentes ou administradores. Analisados como aqueles que organizavam, planejavam, dirigiam, controlavam ações e pagavam os empregados de determinada organização, mas sempre a serviço do capitalista.

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2003), acredita que empreendedorismo é qualquer tentativa de criar um negócio novo, e cita como exemplos: atividade autônoma, uma empresa nova ou a expansão de um empreendimento.

Hisrich (2004) complementa a definição do termo em seu livro quando afirma que:

Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas de satisfação e independência econômica e pessoal. (Hisrich, 2004, p.29)

Já para Dornelas (2007), a melhor definição para o termo empreendedorismo é “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

Por sua vez, Colbari (2007) diz que o termo empreendedorismo está presente no dia-a-dia das pessoas, atuando em diversas áreas e com vários significados. A autora acredita que o termo pode ser identificado em várias situações: no trabalho por conta própria, na atividade empresarial de sucesso, no trabalhador assalariado, na comunidade e na gestão pública. Nesta perspectiva ela define empreendedorismo como sendo uma força social gerada por comportamentos, atitudes e valores que conduzem à inovação, à mudança, potencializando a geração de riqueza e a transformação das condições sociopolíticas.

Para o termo empreendedor existem muitas definições, uma das mais antigas e frequentemente citadas nos livros é a de Joseph Schumpeter (1949) afirmando que “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Kirzner (1973) tem uma abordagem diferente, segundo ele empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Ambos, porém são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento às informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

Através de Dolabela (1999), tem-se a concepção que: “o empreendedor é alguém que define por si mesmo o que vai fazer, ele leva em conta seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que quer ter”. Desta forma, consegue dedicar-se intensamente já que seu trabalho se confunde com prazer.

Contudo, parece que uma definição de empreendedor que melhor atende a atualidade é a de Dornelas (2001, p.37), que está baseada nas diversas definições vistas até então, “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”. Caracteriza a ação empreendedora em todas as suas etapas, ou seja, criar algo novo mediante a identificação de uma oportunidade, dedicação e persistência na atividade que se propõe a fazer para alcançar os objetivos pretendidos e ousadia para assumir os riscos que deverão ser calculados.

Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

Nos últimos anos, o termo empreendedorismo tem se intensificado no Brasil. Inicialmente tinha-se a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras, que para manterem-se no mercado, tiveram que procurar alternativas para aumentar a competitividade e reduzir os custos.

Segundo Dornelas (2001), o empreendedorismo ganhou força no Brasil somente a partir da década de 1990, com a abertura da economia que propiciou a criação de entidades como o SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Antes desse momento o termo empreendedor era praticamente desconhecido e a criação de empresas era limitada, em função do ambiente político e econômico, nada propício do país. Porém, isso não significa que não existiram empreendedores: Deve-se salientar que muitos visionários atuaram em um cenário difícil, deram tudo de si, mesmo sem conhecerem formalmente finanças, marketing, organização e outros conteúdos da área empresarial, a exemplo, o célebre industrial Francisco Matarazzo, e tantos outros que contribuíram para o desenvolvimento da economia do país.

O SEBRAE é amplamente difundido entre os pequenos empresários brasileiros, com finalidade de informar e dar suporte necessário para a abertura de uma empresa, bem como acompanhar através de consultorias seu andamento, solucionando pequenos problemas do negócio. Este órgão está de certa forma, implantando a cultura empreendedora nas universidades brasileiras, ao promover em parceria com outros países, o Desafio SEBRAE, uma competição entre acadêmicos de várias nacionalidades, que têm como tarefa, administrar uma empresa virtual.

A SOFTEX foi criada para ampliar o mercado das empresas de software através da exportação e incentivar a produção nacional, para isso foram desenvolvidos projetos para a capacitação em gestão e tecnologia dos empresários de informática. Além de alavancar o desenvolvimento de tecnologias nacionais, essa entidade conseguiu através de seus programas, popularizar no país termos como plano de negócios (*business plan*) que até então eram ignorados pelos empresários.

Apesar do pouco tempo, o Brasil apresenta ações que visam desenvolver um dos maiores programas de ensino de empreendedorismo e potencializa o país perante o mundo nesse milênio. Dornelas (2001) cita alguns exemplos:

1. Os programas SOFTEX e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviço), que apoiam atividades de empreendedorismo em software, estimulando o ensino da disciplina em universidades e a geração de novas empresas de software (*start-ups*).
2. Ações voltadas à capacitação do empreendedor, como o programa EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE. E ainda o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de mais de 1 milhão de empreendedores em todo o país e destinando recursos financeiros a esses empreendedores,

totalizando um investimento de oito bilhões de reais.

3. Diversos cursos e programas sendo criados nas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo. É o caso de Santa Catarina, com o programa Engenheiro Empreendedor, que capacita alunos de graduação em engenharia de todo o país. Destaca-se também o programa REUNE, da CNI (Confederação Nacional das Indústrias), de difusão do empreendedorismo nas escolas de ensino superior do país, presente em mais de duzentas instituições brasileiras.
4. A recente explosão do movimento de criação de empresas de Internet no país, motivando o surgimento de entidades como o Instituto e-cobra, de apoio aos empreendedores das ponto.com (empresas baseadas em Internet), com cursos, palestras e até prêmios aos melhores planos de negócios de empresas Start-ups de Internet, desenvolvidos por jovens empreendedores.
5. Finalmente, mas não menos importante, o enorme crescimento do movimento de incubadoras de empresas de todo o Brasil. Dados da ANPROTEC (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas) mostram que em 2000, havia mais de 135 incubadoras de empresas no país, sem considerar as incubadoras de empresas de Internet, totalizando mais de 1.100 empresas incubadoras, que geram mais de 5.200 empregos diretos. (Dornelas, 2001, p.25 e 26)

Essas iniciativas são de suma importância para os empreendedores brasileiros, que apesar de todos os percalços são fundamentais para a economia do país. Sendo assim, passados anos de investimentos em consultorias para o pequeno empresário brasileiro, formação de incubadoras de empresas, palestras em universidades e treinamentos, o tema empreendedorismo começou a despertar na sociedade brasileira. Podemos dizer que o Brasil encontra-se preparado para encarar com total potência o desenvolvimento de programas de ensino de empreendedorismo.

3.2 O perfil empreendedor

Para Araújo (ARAÚJO, 2000), saber conviver com o risco e tirar proveito das oportunidades, são as características mais presentes da atividade empresarial, o que define realmente o perfil do empreendedor.

Ao contrário da maioria das pessoas o empreendedor é otimista e persistente. Vê nas ameaças grandes oportunidades e a partir delas criam, ousam e trabalham para construir o sucesso com suas próprias mãos.

O estudo do comportamento empreendedor concentra-se em tentar identificar as características das pessoas que são consideradas como empreendedoras, e o que as levam a estar sempre buscando novos desafios profissionais, criar novos negócios e a gerar riqueza.

Estudar padrões de comportamento empreendedor compreende estudar certas competências

inerentes a esses indivíduos.

Segundo Araújo (2000), diversas “qualidades” essenciais ao seu sucesso e conseqüentemente da empresa marcam o perfil do empreendedor, que podem ser denominadas características de personalidade, como:

- a) Capacidade de Assumir Riscos Calculados: capacidade de enfrentar desafios é uma combinação de ousadia, coragem, controle e determinação. Ao arriscar seu patrimônio num novo negócio o empreendedor está colocando a realização de seus ideais acima da suposta segurança do trabalho assalariado. Os riscos fazem parte de qualquer atividade, e é preciso saber conviver com eles e sobreviver a eles. É preciso aprender a administrá-los.
- b) Identificar Oportunidades: capacidade natural de estar sempre atento a tudo o que acontece à sua volta. Um empreendedor tem sensibilidade para fazer coisas novas, na hora e no lugar certo, ou seja, sabe identificar as necessidades do seu cliente e produz bens e serviços que satisfaçam essas aspirações. O empreendedor é curioso e vive em constante pesquisa de novos caminhos, seja no trabalho, em casa, no passeio, em leituras, vendo televisão, etc.
- c) Liderança: capacidade de influenciar pessoas a executar tarefas levando em consideração que cada um tem sua vida pessoal e suas aspirações. O líder dá o exemplo, estimula os colaboradores e os mantém motivados. Seu papel é desenvolver uma cultura organizacional voltada para o cliente, que permita o estímulo para as pessoas trabalharem satisfeitas.
- d) Metas e Objetivos: o empreendedor estabelece objetivos de longo prazo e define metas de curto prazo. As pessoas geralmente têm sonhos e objetivos de curto prazo, em muitas vezes vagamente definidos. A tendência do empreendedor é de definir claramente objetivo e metas que lhe dêem condições de realizar projetos mais amplos e duradouros. O empreendedor tem nítida direção de conduta e determinação. Ele sabe o que quer e onde pretende chegar.
- e) Persistência: capacidade de definir e manter o direcionamento de sua empresa rumo ao sucesso, apesar das dificuldades encontradas. É a persistência pelo ideal, pelos objetivos a que se propõe, superando os obstáculos do caminho.
- f) Visão Global: hoje em dia, a satisfação do cliente é fundamental para o sucesso do negócio. E quando se diz “cliente” entende-se aquele que compra, o fornecedor, a comunidade vizinha e principalmente o funcionário. A satisfação dos clientes externos é conseqüência de pessoas que trabalham satisfeitas. O empreendedor vê a organização como processo de satisfação das necessidades do cliente, em permanente harmonia com o ambiente interno.

- g) Atualização: o empreendedor está sempre disposto a aprender. Ele tem sede de conhecimento, de buscar novas informações dentro do seu ramo de atividade, ou fora dele. Entende que a inovação contínua é a base das organizações modernas. Tem consciência de que nunca se sabe tudo e que sempre existem coisas a entender e a descobrir sobre sua empresa, clientes, fornecedores, parceiros, concorrentes e funcionários.
- h) Organização: estabelecidas as metas, o empreendedor deve encontrar os meios para alcançá-las. Ele entende que os resultados almejados precisam ser obtidos por meio da aplicação dos recursos disponíveis de forma lógica, racional e clara. A partir das metas define-se o caminho a percorrer. Ser organizado é definir aonde quer chegar, planejar como chegar, garantir a execução do planejado, identificar e corrigir possíveis desvios de rotas.
- i) Inovação: o empreendedor possui grande capacidade de criar e inovar. Desenvolve novas soluções quando aquelas já conhecidas não satisfazem. Transforma idéias em fatos concretos e dinâmicos, que garantam a permanente evolução da organização.
- j) Criatividade: o empreendedor está sempre concebendo novas soluções e conceitos, não teme o insucesso, interage concretamente na realidade, identifica as raízes dos problemas, desafia as idéias pré-formatadas pelos meios tradicionais de administração e gera alternativas objetivas, na obtenção do sucesso desejado.
- k) Comprometimento: o empreendedor tem alto nível de compromisso com o trabalho que desenvolve. Faz sacrifícios pessoais ou esforços extraordinários para completar tarefas, ou cumprir compromissos assumidos. Aceita a responsabilidade por suas falhas no cumprimento de suas tarefas.

3.3 Processo empreendedor

Segundo Dornelas (2005) existe uma série de fatores que pode influenciar um indivíduo a tornar-se empreendedor. Estes são: fatores ambientais, sociais, pessoais ou um somatório de todos eles:

- a) Fatores ambientais são: oportunidade, competição, políticas públicas e recursos naturais.
- b) Fatores sociais são: influência dos pais, família, modelos (pessoas de sucesso), equipes de trabalho e relacionamentos de trabalho.

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

- c) Fatores pessoais são: propensão a assumir riscos, educação, experiência profissional, realização pessoal, insatisfação com o trabalho, demissão e idade considerada avançada para o mercado de trabalho, o que leva o empreendedor a criar seu próprio negócio, conseqüentemente, o seu próprio emprego.

Após a decisão de tornar-se empreendedor, existe uma seqüência composta de quatro fases para a efetivação do processo empreendedor, são elas: identificar e avaliar a oportunidade, desenvolver o plano de negócios, determinar e captar recursos necessários e gerenciar a empresa criada.

- a) Identificar e avaliar a oportunidade: é identificar a oportunidade e analisar a sua potencialidade no que se refere a itens como: anseios da clientela, potencial da concorrência e de mercado e ciclo de vida do produto. É importante o empreendedor testar a sua idéia ou conceito de negócio junto a clientes em potencial, perguntando se comprarão o produto ou o serviço; fazer uma pesquisa que lhe forneça a dimensão do mercado, se ele está em crescimento, estável ou estagnado. Quem é a concorrência e quais são seus pontos fortes e fracos.
- b) Desenvolver o plano de negócios: o plano de negócios é parte importante do processo empreendedor. Um negócio bem planejado terá mais chances de sucesso que aquele sem planejamento, na mesma igualdade de condições. É fundamental que o empreendedor saiba planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada ou em crescimento. Grande parte do alto índice da taxa de mortalidade precoce no Brasil segundo o SEBRAE (2003) é decorrente da falta de planejamento empresarial por parte do empresário.
- c) Determinar e captar os recursos necessários: o empreendedor deve utilizar a sua capacidade de planejamento e habilidade de negociação para relacionar no mercado as melhores alternativas de financiamento para seu negócio, ou seja, que lhe ofereçam um maior custo benefício. Na busca de capital para novas empresas, as melhores opções de financiamento no Brasil são: empréstimos, economias pessoais da família, recursos obtidos através de amigos, angels (investidores), incubadoras de empresas e programas especiais do governo.
- d) Gerenciar a empresa criada: gerenciar a empresa pode parecer a parte mais fácil do processo empreendedor, pois já foi identificada a oportunidade, desenvolvido o plano de negócios e relacionada a fonte de financiamento. No entanto, o gerenciamento de uma empresa não é tão simples quanto parece. O empreendedor deve reconhecer as suas limitações, recrutar uma excelente equipe de trabalho para ajudá-lo no gerenciamento da empresa, implementando ações

que minimizem os problemas e maximizem os lucros, ou seja, produza mais, com o mínimo de recurso necessário.

3.4 O município de Divinolândia

O município de Divinolândia está situado na região Nordeste do Estado de São Paulo, na meso-região Campinas e micro-região São João da Boa Vista. Segundo o IBGE (2010), o município conta com uma população de 11.208 habitantes e uma área territorial de 222 km².

Localizado a uma altitude de 1.040 metros, latitude 21° 39' 41" sul e longitude 46° 44' 21" oeste, distancia-se da capital São Paulo em 209,9495 km.

Segundo Faria (2007), o clima é tropical de altitude, com temperatura média variando entre 18° e 24°. A hidrografia é constituída pelo rio chamado "Rio do Peixe", tendo como afluentes os córregos Ouriço, Três Barras, Santo Ambrósio, Contendas e Nery, estes antes de chegarem ao município e os córregos Conceição, São Domingos e Felipe, após a cidade, o qual desaguará na Bacia Rio Pardo, no estado de São Paulo.

O município, situado na Serra da Mantiqueira, apresenta uma topografia fortemente acidentada, com partes íngremes e planas ao longo do curso do rio. Faria (2007) divide o solo do município em quatro situações distintas:

- a) Solo de Baixada: com grande capacidade de armazenamento de água e alta fertilidade;
- b) Solo denominado de pé de encosta: profundo, pouco inclinado e com lençol freático mais profundo que o de baixada, é muito fértil e perene.
- c) Solo com declive: mediamente profundo, com blocos maciços de pedra e bel aflorado, o que o torna muito bom para pecuária.
- d) Solo de cume de montanha: solo raso e infértil para cultivo da agricultura.

Faria (2007) diz ainda que o solo de Divinolândia, segundo levantamento realizado pela CBA (Companhia Brasileira de Alumínio), possui jazidas de feldspato, quartzo e bauxita, sendo que este último tem sua exploração concedida à própria CBA e ALCOA, ambas situadas em Poços de Caldas.

Em relação aos aspectos sociais, segundo PNUD (2000), Divinolândia possui um índice de desenvolvimento humano municipal de 0,788, o que o coloca na posição 849 no ranking de IDH de todos os municípios do Brasil.

O IBGE (2010) indica que o município possui uma densidade demográfica de 50,46 hab/Km² sendo que, desta população, 5.587 são homens e 5.621 são mulheres. A população urbana tem 7.500 habitantes e 3.708 residem na zona rural. O índice de pobreza está em torno de 16,94% e o índice Gini, que segundo o PNUD (2000), mede o grau de desigualdade existente na distribuição de indivíduos segundo renda familiar per capita, é de 0,37. O IBGE (2010) ainda cita que o município possui um total de 3.583 domicílios, sendo que 2.359 são próprios, 689 são alugados, 502 são cedidos e 33 vivem em outras condições.

A taxa de analfabetismo da população de 15 anos ou mais gira em torno de 9,92%, acima dos 6,64% estimados para o Estado de São Paulo.

Nos aspectos econômicos, o PIB (Produto Interno Bruto) de Divinolândia, segundo IBGE (2010) é de R\$133.262.000,00, o que representa cerca de 0,15% do PIB estadual. A agropecuária corresponde a um valor adicionado bruto a preços correntes a quantia de R\$22.336.000,00, enquanto a indústria é de R\$9.207.000,00 e os serviços R\$91.867.000,00. Soma-se a esta quantia R\$9.852.000,00, que equivale a impostos sobre produtos líquidos e subsídios, além de que o PIB per capita gira em torno de R\$13.980,20.

Como se percebe, a economia da cidade está baseada nos setores de serviços, indústria e em grande parte no setor agrícola, que é responsável pela formação do seu núcleo urbano. Conta com uma exploração agrícola baseada em culturas como café, batata, milho, feijão, cebola, entre outros. Dentre essas, a batata figura como principal fonte de renda do município, pois é cultivada há mais ou menos 60 anos, porém, ela tem perdido espaço para as demais culturas, como repolho, cenoura e beterraba.

Basicamente rural, o município de Divinolândia tem dividido seu espaço agrícola com as áreas de comércio e serviços. Segundo o IBGE (2010), o setor de comércio e serviços, que engloba uma participação com vínculos empregatícios de 22,68% e 62,72% respectivamente, tem um total de 1.739 empresas, sendo que 1.630 são consideradas unidades atuantes, promovendo uma taxa de ocupação profissional no total de 3.004 pessoas empregadas de maneira formal, obtendo-se renda per capita em torno de 2,2 salários mínimos.

4 A PESQUISA

Para viabilizar a pesquisa dentro dos limites de tempo e de recursos disponíveis para a sua realização, o universo da pesquisa compreendeu as micro e pequenas empresas comerciais ativas do município de Divinolândia – SP.

De acordo com informações da ACE (Associação Comercial e Empresarial) do município de Divinolândia, o último levantamento realizado concluiu que o município possuía cerca de 300 empresas comerciais ativas, sendo que destas 99 são associadas à mesma.

Dentro do período de 20 de março de 2013 a 20 de abril de 2013 foram entregues questionários em 102 empresas do município, mas somente 56 foram respondidos, dentre estes que responderam, a amostra se dividiu em 51,79% de empreendedores do gênero masculino e 48,21% de empreendedores do gênero feminino.

Dos empreendedores do gênero masculino que responderam ao questionário, 3,45% se encontra com menos de 20 anos de idade; 10,34% deles possuem entre 21 a 30 anos de idade; 31,03% afirmaram possuir entre 31 a 40 anos; 31,03% destes empreendedores possuem entre 41 a 50 anos e 20,69% possuem acima de 50 anos de idade conforme se pode observar no Gráfico 1.

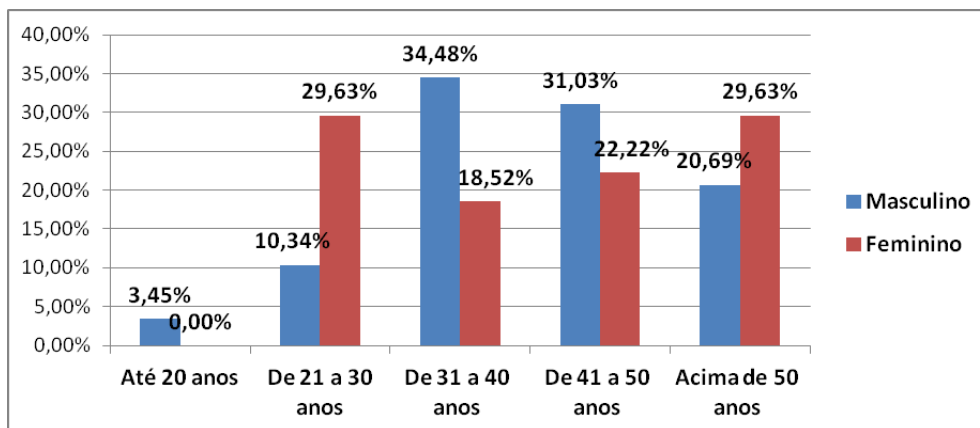


Gráfico 1: Idade dos empreendedores no município de Divinolândia – SP.

Ainda sobre a mesma questão, do gênero feminino que responderam ao questionário, nenhuma delas se encontra com menos de 20 anos; 29,63% possuem entre 21 a 30 anos de idade; 18,52% afirmaram possuir entre 31 a 40 anos; 22,22% destas empreendedoras possuem de 41 a 50 anos e 29,63% possuem acima de 50 anos, conforme se pode observar no Gráfico 1.

Com relação ao seu estado civil, os empreendedores responderam da seguinte forma. Dentre os empreendedores do gênero masculino que responderam à pesquisa, 72,41% deles são casados; 20,69% são solteiros; nenhum afirmou ser viúvo; 6,90% são divorciados e nenhum afirmou estar em uma união estável, conforme se pode observar no Gráfico 2.

Sobre a mesma questão, dos empreendedores do gênero feminino que responderam à pesquisa, 70,37% delas são casadas; 14,81% são solteiras; 7,41% são viúvas; 3,70% afirmaram ser

Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

divorciadas e 3,70% se encontram em uma união estável, conforme se pode observar no Gráfico 2.

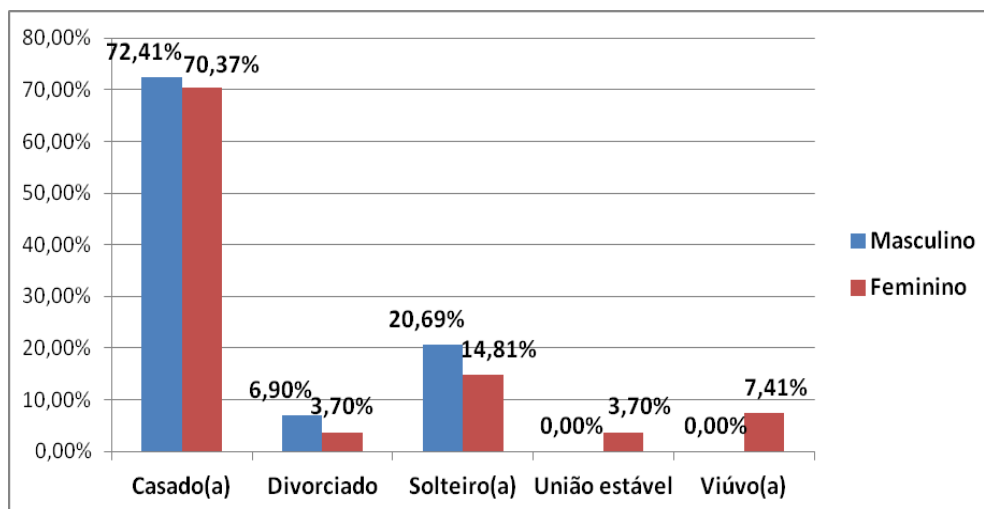


Gráfico 2: Estado civil dos empreendedores no município de Divinolândia – SP.

Do total de empreendedores entrevistados, 78,57% possuem filhos e 21,43% não possuem filhos e dos que afirmaram possuir filhos, na média possuem 2 filhos cada. Na divisão por gênero, dos homens entrevistados, 79,31% possuem filhos e 20,69% deles não possuem filhos; enquanto das mulheres entrevistadas 77,78% possuem filhos e 22,22% delas não possuem filhos. Conforme se pode observar no Gráfico 3.

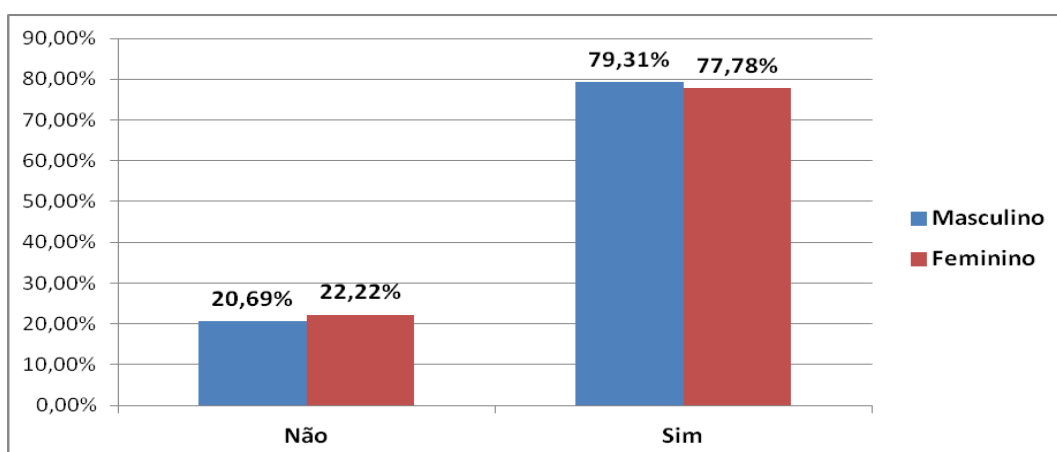


Gráfico 3: Porcentagem dos empreendedores que possuem filhos no município de Divinolândia – SP.

Com relação à residência dos empreendedores no município, a grande maioria reside na cidade, sendo distribuídos em 96,43% do total de empreendedores na cidade e 3,57% residentes na zona rural. Na distribuição por gênero entre os entrevistados, 96,55% dos homens residem na cidade e 3,45% deles

residem na zona rural; e 96,30% das mulheres residem na cidade e apenas 3,70% delas residem na zona rural dos homens, conforme se pode observar no Gráfico 4.

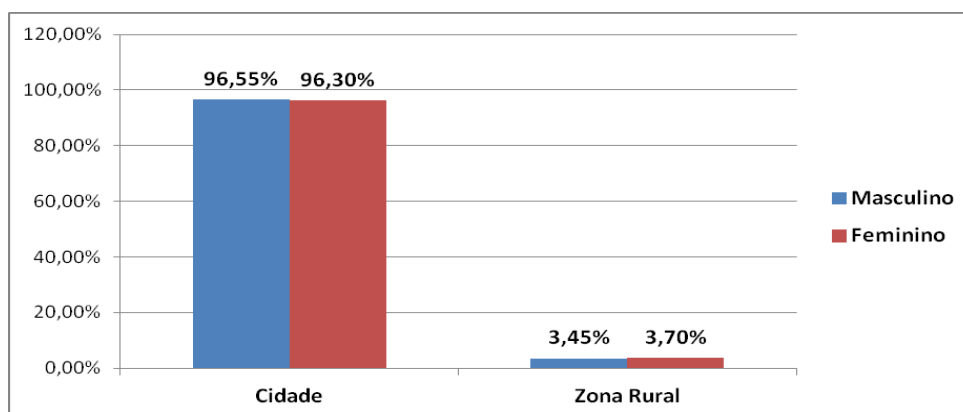


Gráfico 4: Local de residência dos empreendedores no município de Divinolândia – SP.

A seguir são descritas as análises dos dados referentes ao grau de formação dos empreendedores locais.

Conforme mostra o Gráfico 5, dos empreendedores entrevistados, as mulheres são as que possuem maior grau de formação, sendo que 40,74% delas possuem ensino superior completo e 3,70% possuem pós-graduação, enquanto no gênero masculino a maioria dos entrevistados possui ensino médio completo, sendo que estes compreendem 37,93% dos homens entrevistados, e apenas 27,59% destes possuem ensino superior completo e nenhum possui pós-graduação.

Quando questionados sobre o tempo que possuem a empresa, dos empreendedores do gênero masculino a maioria correspondente a 86,21% afirmaram que possuem a empresa a mais de cinco anos, e dos empreendedores do gênero feminino a maioria correspondente a 74,07% afirmaram que possuem a mais de cinco anos, conforme mostra o Gráfico 6.

A oitava pergunta do questionário foi totalmente aberta para que os empreendedores ficassem a vontade para responder qual função desempenham em suas empresas, e dos empreendedores do gênero feminino 37,93% afirmaram ser proprietário(a), 17,24% responderam que desempenham a função de administrador(a), 27,59% afirmaram ser gerente e 17,24% informaram outras funções; dentre os empreendedores do gênero masculino 48,15% afirmaram ser proprietário(a), 22,22% responderam que desempenham a função de administrador(a), 11,11% afirmaram ser gerente e 18,52% informaram outras funções, conforme se pode observar no Gráfico 7.

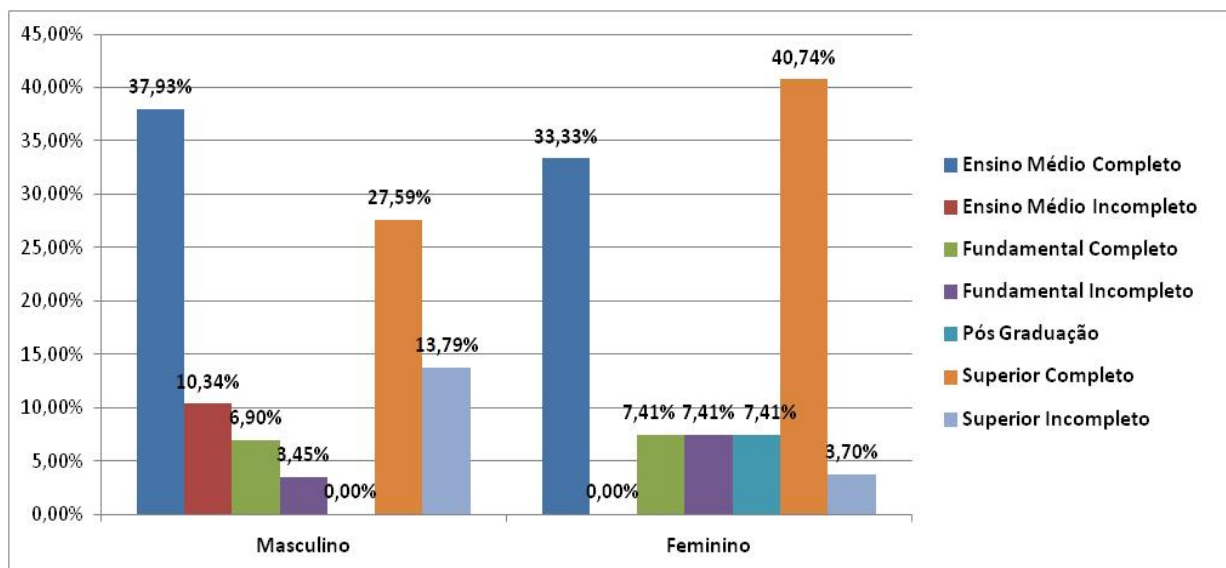


Gráfico 5: Análise do grau de formação dos empreendedores no município de Divinolândia – SP.

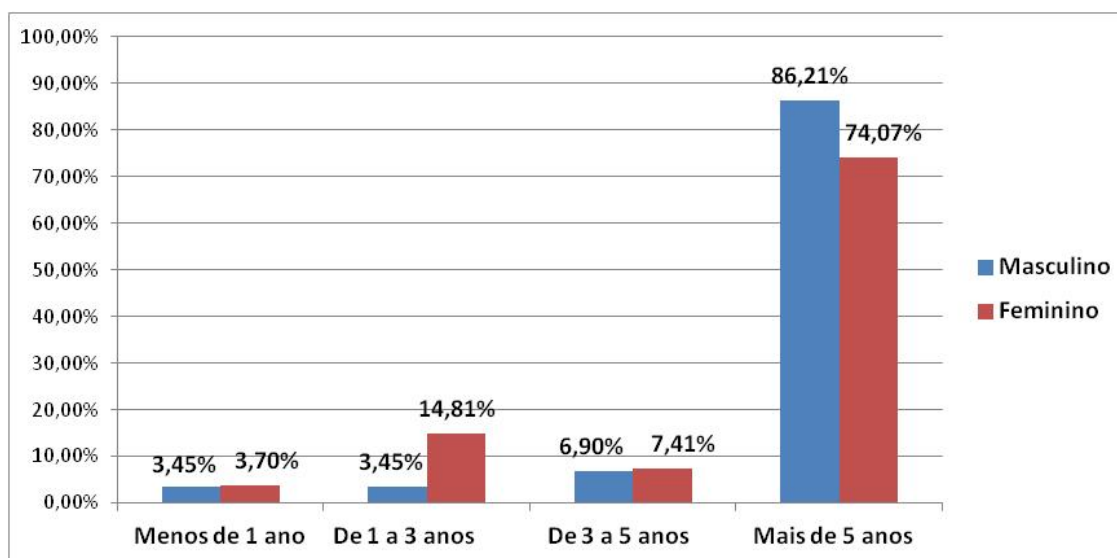


Gráfico 6: Tempo que os empreendedores possuem a empresa.

A pergunta número 9 do questionário também foi totalmente aberta, para que os empreendedores ficassem a vontade para responder qual o número de funcionários das suas empresas, e como explicado anteriormente, na pesquisa foram analisadas somente pequenas e médias empresas, por esta razão após a análise do questionário, o número médio de funcionários foi de 5 em cada empresa do município de Divinolândia - SP.

Dos empreendedores entrevistados observa-se que o motivo para a criação da empresa entre os homens foi de 31,03% que identificou uma oportunidade de negócio, 27,59% responderam que tinham desejo de ter seu próprio negócio e ainda 20,69% afirmaram ter herdado o negócio da família,

Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

com relação às mulheres, em sua maioria foi o desejo de ter seu próprio negócio, compreendendo 55,56% das entrevistadas e 14,81% delas afirmaram ter identificado uma oportunidade de negócio e ainda 7,41% afirmaram ter herdado o negócio de família, conforme mostra o Gráfico 8.

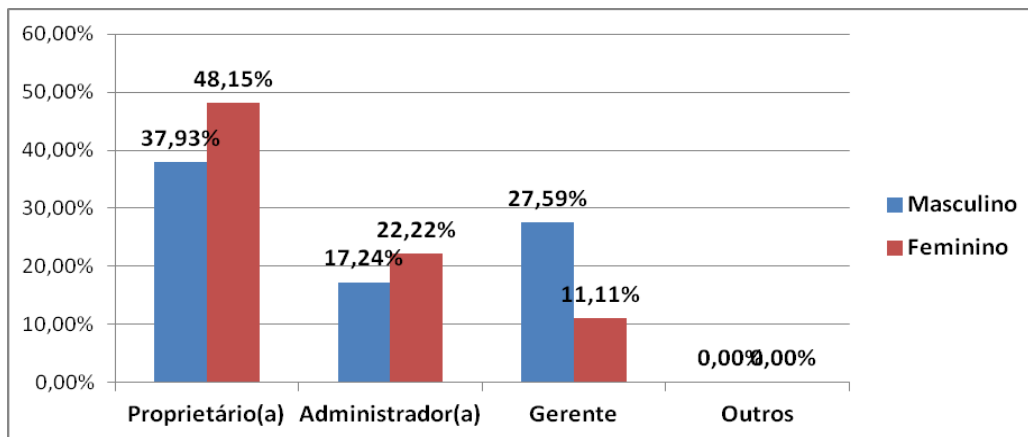


Gráfico 7: Função desempenhada pelo empreendedor na empresa.

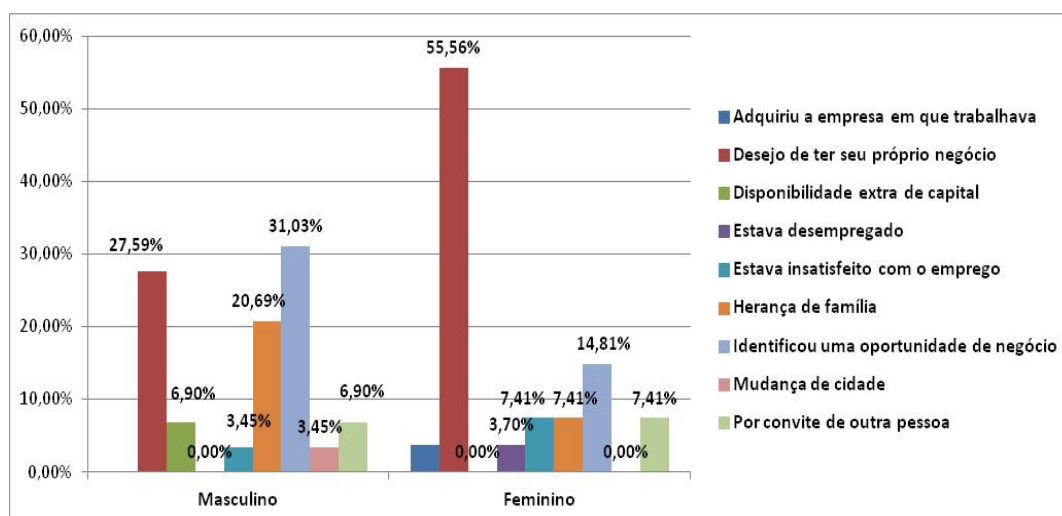


Gráfico 8: Principal razão pela qual o indivíduo se torna empreendedor no município de Divinolândia.

Quando questionados se tiveram ajuda de um profissional de assessoria na criação da empresa a maioria dos empreendedores respondeu que não teve. Conforme mostra o Gráfico 9, dos empreendedores do gênero masculino a porcentagem foi de 79,31% afirmando que não teve ajuda para apenas 20,69% que obtiveram ajuda de um profissional para assessorá-los, em relação ao gênero feminino, 70,37% respondeu que não teve ajuda e 29,63% delas afirmou que teve ajuda de um profissional. E desta minoria que afirmou ter recebido assessoria, 71,43% deles receberam ajuda de pessoas que conheciam aquele ramo de atividade; 14,29% dos que responderam sim receberam ajuda

de empresa de consultoria ou consultor; e 14,29% deles afirmaram ter obtido ajuda de um contador.

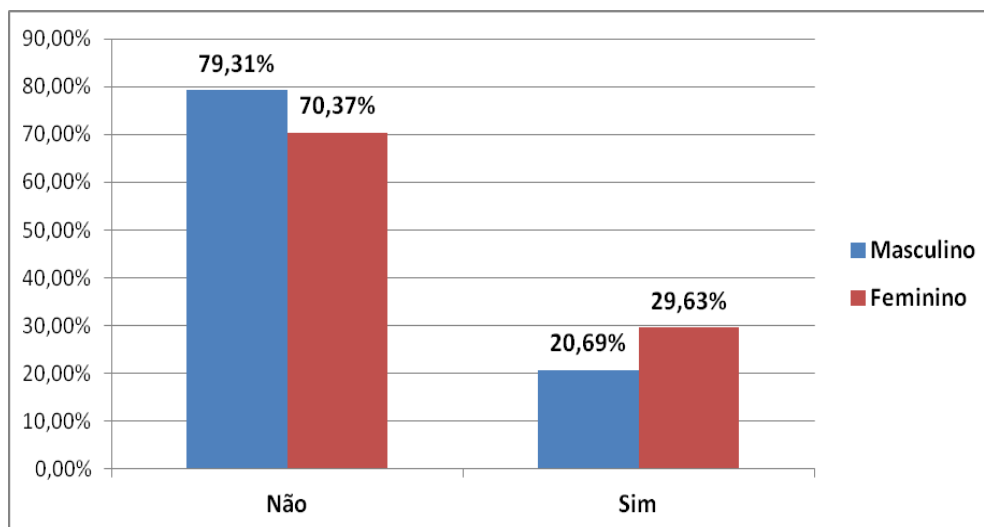


Gráfico 9: Assessoria por profissional na criação da empresa.

A grande maioria dos entrevistados respondeu que não fizeram um plano de negócios na abertura da empresa. Na divisão por gênero, entre os homens 65,52% não fez e 34,48% responderam que fizeram o plano de negócios na abertura da empresa; dentre as mulheres empreendedoras a porcentagem foi de 70,37% que não fez para 29,63% afirmando que elaborou um plano de negócios, conforme mostra o Gráfico 10.

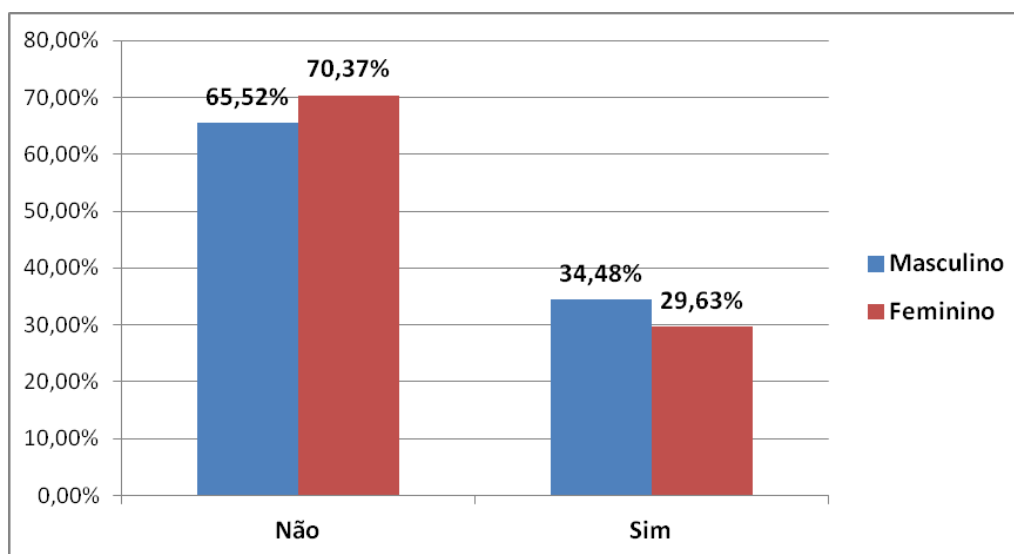


Gráfico 10: Elaboração de plano de negócios na abertura da empresa.

Na pergunta número 13, os empreendedores foram questionados se possuíam outro tipo de

renda, além da renda proveniente da empresa. Dentre os entrevistados do gênero masculino, 62,07% não possui outra renda e 37,93% deles afirmou possuir outro tipo de renda, enquanto dentre os entrevistados do gênero feminino, 77,78% não possui outra fonte de renda e 22,22% delas afirmou possuir outro tipo de renda; que além da proveniente da empresa.

A questão de número 14 foi totalmente aberta para que os empreendedores ficassem a vontade para responder sobre qual atividade exerciam antes de empreender, e dos entrevistados, entre as mulheres 29,63% respondeu que eram vendedoras; 22,22% eram professoras; 14,81% eram domésticas; 11,11% eram secretárias; 11,11% eram do lar e 7,41% delas responderam outras profissões, enquanto que entre os homens 24,14% eram estudantes; 13,79% eram secretários; 3,45% eram vendedores e 58,62% responderam que exerciam outras profissões, conforme se pode observar no Gráfico 11.

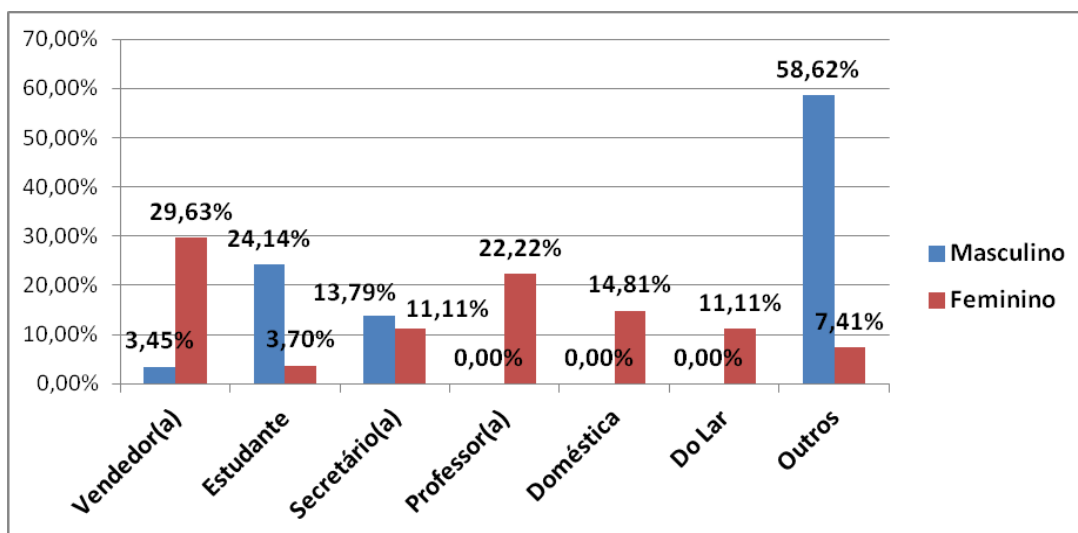


Gráfico 11: Atividade exercida antes de empreender.

Sobre a origem do investimento inicial, com relação ao gênero masculino apenas 3,45% afirmou que o investimento veio de familiares e o restante dos entrevistados correspondente a 96,55% dos homens afirmou que este investimento veio de capital próprio, enquanto que em relação ao gênero feminino a maioria correspondente a 77,78%, informou que veio de capital próprio; 11,11% de empréstimo bancário; 7,41% da família e 3,70% de amigos, conforme mostra o Gráfico 12.

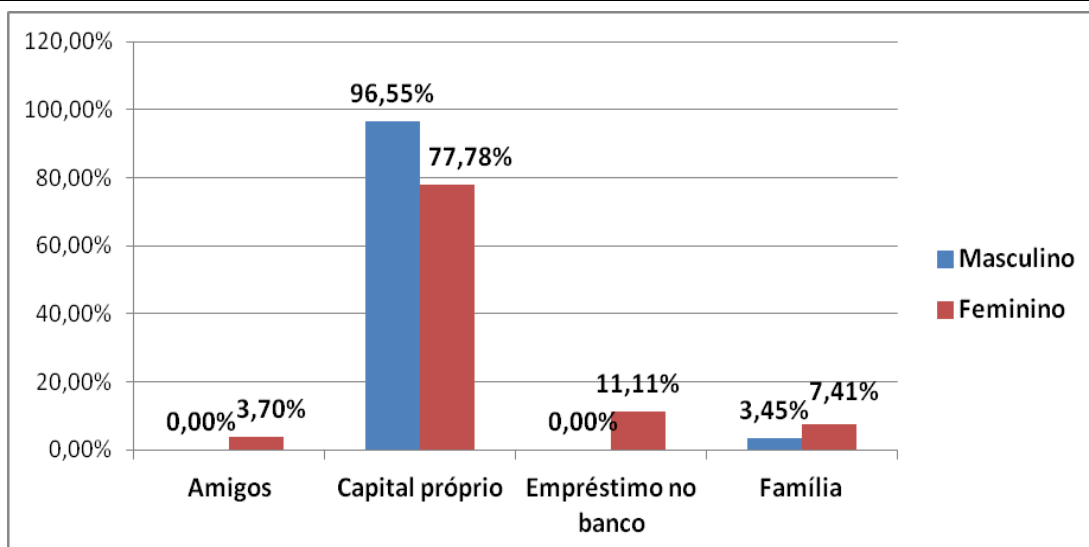


Gráfico 12: Origem do investimento inicial da empresa.

Quando questionados se possuem outra empresa atualmente, dos empreendedores do gênero masculino, 75,86% responderam que não possuem outra empresa e 24,14% deles afirmaram que possuem, e dentre os empreendedores entrevistados do gênero feminino, 88,89% responderam que não possuem outra empresa e 11,11% delas afirmaram que possuem outra empresa.

Também foi perguntado aos empreendedores se eles já possuíram outra empresa, e do gênero masculino 62,07% responderam que não possuíram, e 37,93% deles afirmaram que já possuíram outra empresa; enquanto do gênero feminino 85,19% responderam que não possuíram, e 14,81% delas afirmaram que já possuíram outra empresa.

Para estes empreendedores que afirmaram já ter possuído outra empresa foi perguntado qual o motivo do encerramento das atividades, e dos empreendedores do gênero masculino 20,00% encerrou as atividades porque a cidade não comporta certos segmentos, 10,00% pela concorrência, 10,00% por falta de planejamento, 10,00% por falta de recursos financeiros e 50,00% responderam outras causas para o encerramento da empresa anterior; dentre os empreendedores do gênero feminino 25,00% afirmou que foi pela concorrência, 25,00% foi por falta de planejamento, 25,00% pela inadimplência e 25% por mudança de local, como se pode observar através do Gráfico 13.

Na questão de número 16 foi perguntado a opinião dos empreendedores sobre em qual área atualmente encontram maior dificuldade, e estes responderam da seguinte forma.

Dos empreendedores do gênero masculino que responderam a pesquisa, 34,48% encontram maior dificuldade na área administrativa/financeira; 31,03% na área de recursos humanos; 17,24% encontra atualmente dificuldades na área de mercado; 17,25% respondeu que está com dificuldade na

Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

área de planejamento e nenhum afirmou estar com dificuldade na área de produção, conforme se pode observar no Gráfico 14.

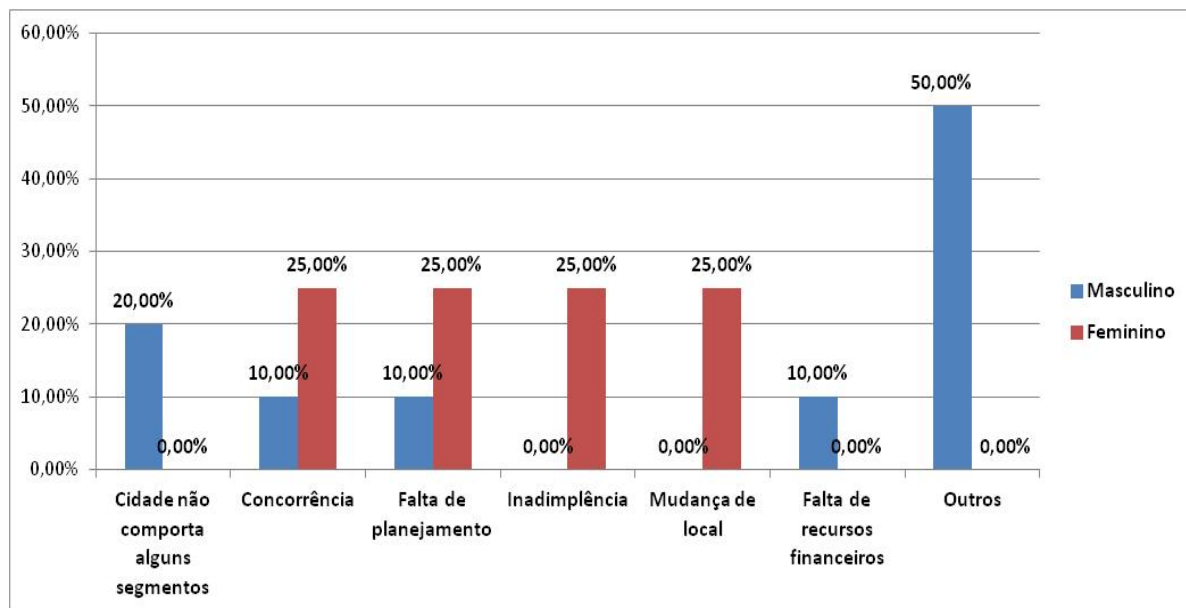


Gráfico 13: Motivo que causou o encerramento das atividades na empresa anterior.

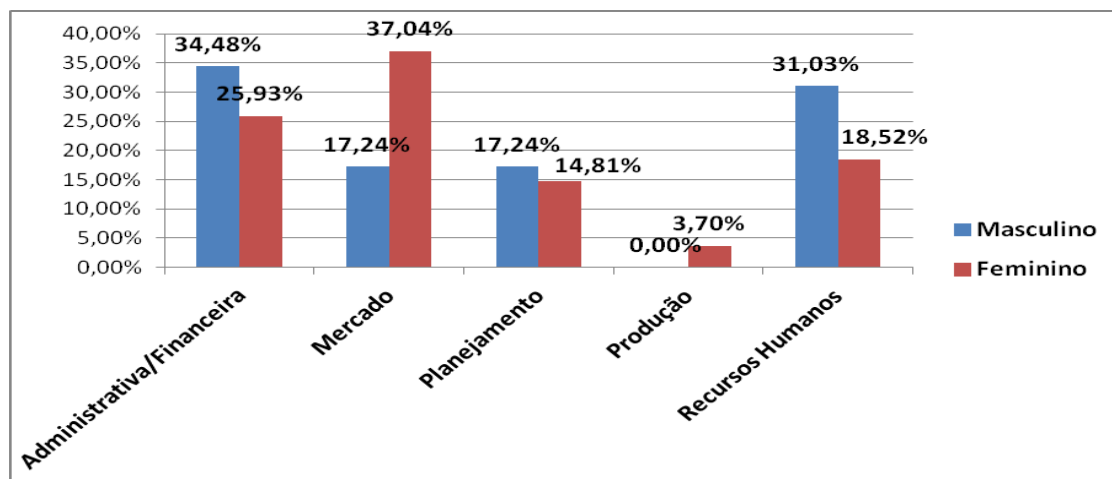


Gráfico 14: Área em que os empreendedores encontram maior dificuldade para gerenciar a empresa.

Ainda sobre a mesma questão, como se observa no Gráfico 15, com relação à idade, as áreas em que os empreendedores encontram maior dificuldade são: recursos humanos até 20 anos, na área administrativa/financeira para os empreendedores de 21 a 30 anos de idade, na área administrativa/financeira também para os empreendedores de 31 a 40 anos de idade, já na faixa etária de 41 a 50 anos de idade a área de maior dificuldade para os empreendedores é a de recursos humanos e acima dos 50 anos de idade a maioria dos empreendedores encontram dificuldade na área de

mercado.

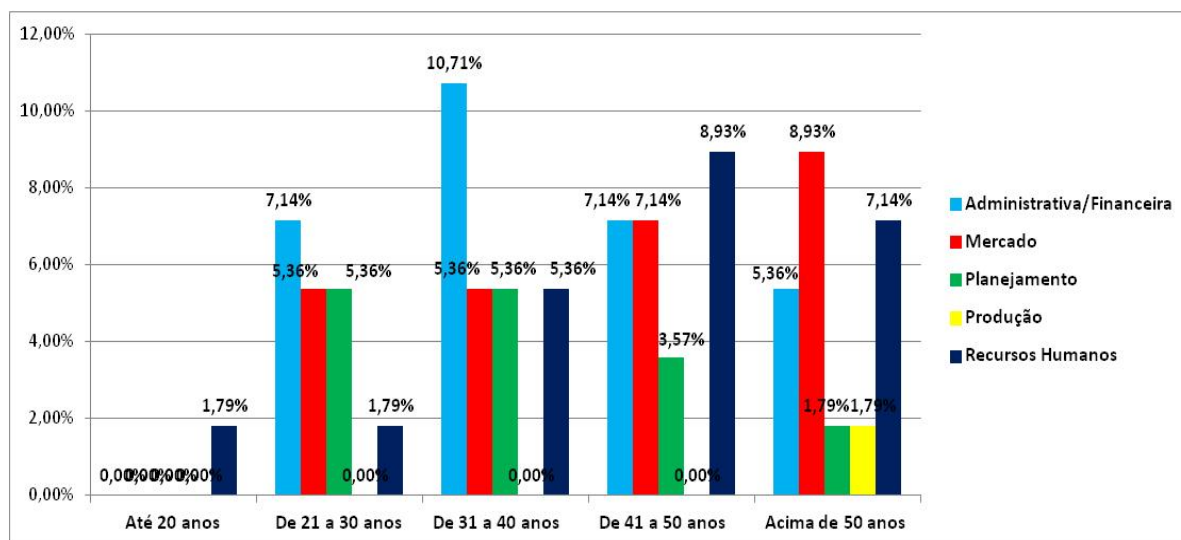


Gráfico 15: Área em que os empreendedores encontram maior dificuldade para gerenciar a empresa de acordo com a idade.

Quando questionados sobre quais características consideravam mais importantes para o empreendedor alcançar o sucesso, os empreendedores escolheram por ordem de importância sobre conhecimentos, habilidades, atitudes e talentos conforme será mostrado a seguir:

No quesito conhecimentos necessários para obterem sucesso, 31,77% dos homens entrevistados afirmaram que consideram mais importante conhecer bem o mercado em que atua e 28,33% deles opinaram que o mais importante é conhecer bem seu produto ou serviço; o mesmo aconteceu quanto ao gênero feminino, sendo que, 28,84% das mulheres entrevistadas afirmaram que o mais importante é conhecer bem o mercado em que atua e 27,25% delas afirmaram que consideram mais importante conhecer bem seu produto ou serviço, conforme pode-se observar no Gráfico 16:

No quesito habilidades necessárias para obterem o sucesso, 26,21% dos empreendedores do gênero masculino afirmaram que o mais importante é planejar, definir metas e buscar atingi-las, e 24,37% deles consideram que é mais importante saber negociar e tomar decisões, o mesmo ocorreu com as mulheres entrevistadas, sendo que, 26,67% das mulheres entrevistadas responderam que é mais importante saber planejar, definir metas e buscar atingi-las, e 24,44% delas consideram que é mais importante saber negociar e tomar decisões, conforme se pode observar no Gráfico 17.

Com relação às atitudes consideradas mais importantes para obter o sucesso, os empreendedores locais responderam da seguinte forma:

Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

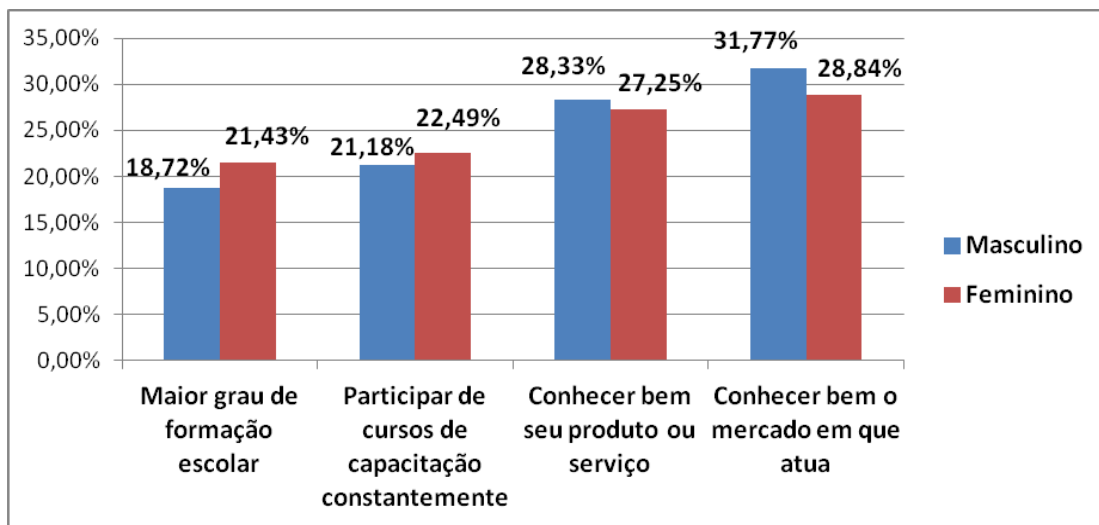


Gráfico 16: Conhecimentos mais importantes para o empreendedor obter sucesso, segundo opinião dos empreendedores entrevistados.

Dos homens entrevistados 28,82% consideram mais importante para o empreendedor ter iniciativa e buscar novas oportunidades constantemente, e 27,34% deles opinaram que é mais importante o empreendedor ser exigente e comprometido; o mesmo ocorreu entre os entrevistados do gênero feminino, sendo que 29,63% das mulheres entrevistadas consideram mais importante para o empreendedor ter iniciativa e buscar novas oportunidades constantemente, e 28,04% delas afirmaram que o mais importante é ser exigente e comprometido, conforme se pode observar no Gráfico 18:

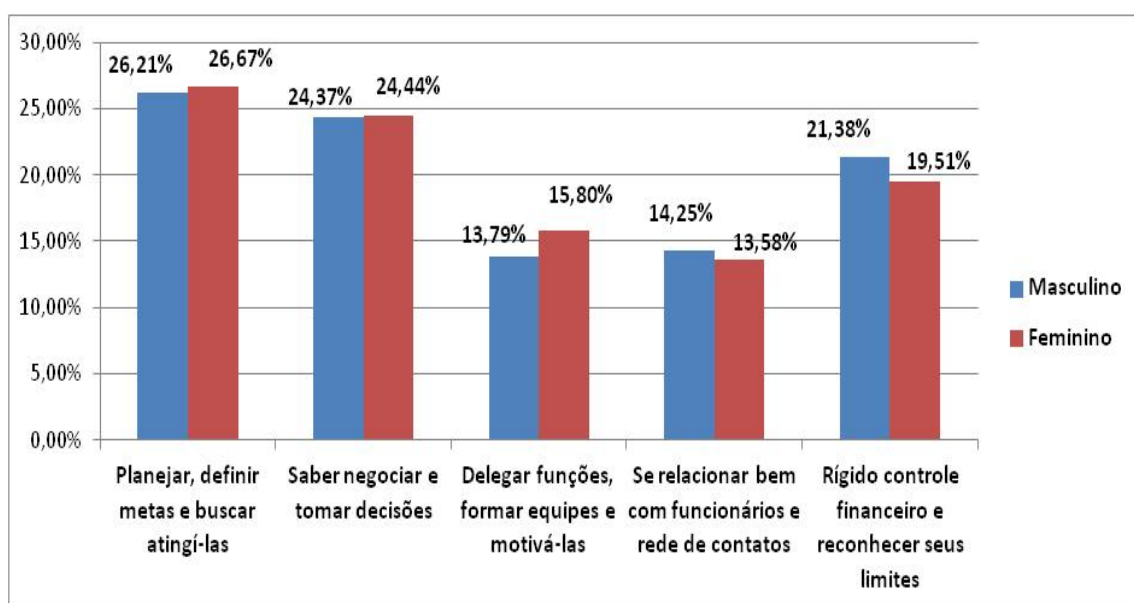


Gráfico 17: Habilidades mais importantes para o empreendedor obter sucesso segundo, opinião dos empreendedores entrevistados.

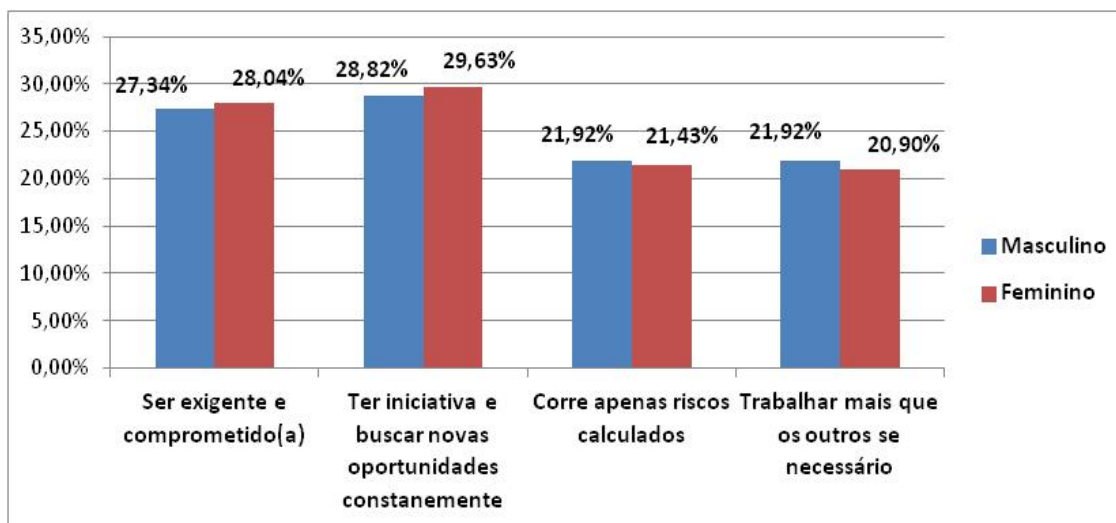


Gráfico 18: Atitudes mais importantes para o empreendedor obter sucesso, segundo opinião dos empreendedores entrevistados.

E finalmente no quesito talentos mais importantes para o empreendedor obter sucesso na opinião dos entrevistados, estes responderam da seguinte forma:

Na opinião dos homens é mais importante ser criativo e intuitivo para 30,79% deles, e 25,86% consideram mais importante ser persistente e persuasivo, já na opinião das mulheres 28,31% acreditam que é mais importante ser persistente e persuasivo, e 25,13% afirmaram que é mais importante ser criativo e intuitivo, conforme se pode observar no Gráfico 19:

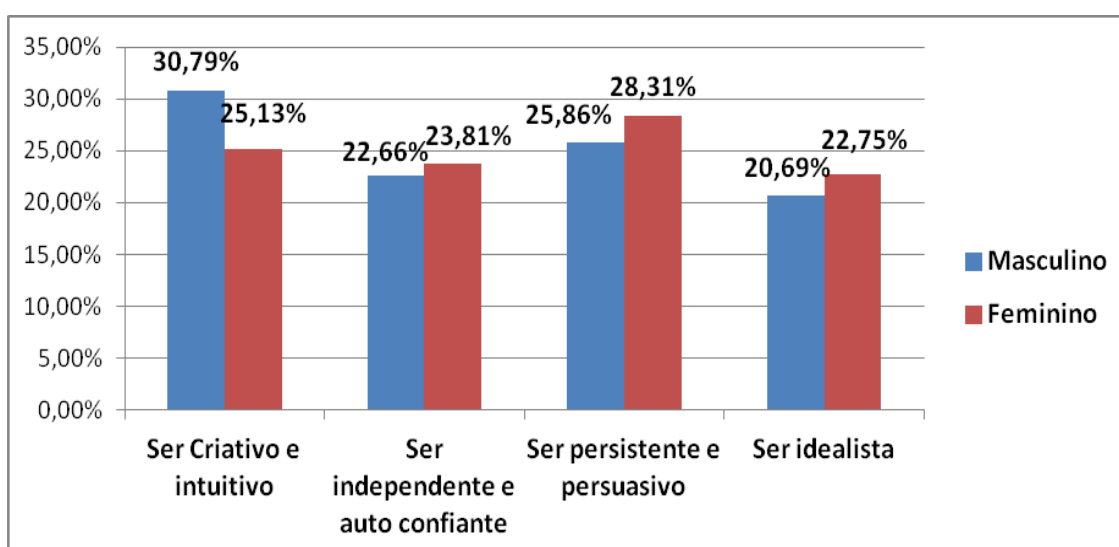


Gráfico 19: Talentos mais importantes para o empreendedor obter sucesso, segundo opinião dos empreendedores entrevistados.

Com base no que foi observado e exposto anteriormente, pode-se concluir que da amostra analisada, as mulheres possuem um grau de formação escolar superior ao dos homens entre os empreendedores divinolandenses.

Também foi possível identificar que a principal razão pela qual o indivíduo se torna empreendedor no município entre as mulheres foi o desejo de ter seu próprio negócio, e entre os homens foi por ter identificado uma oportunidade de negócio, desta forma, algumas descrições observadas nas publicações em geral para a revisão da literatura, como por exemplo, o relatório de pesquisa GEM (2010), de que no Brasil uma grande porcentagem dos empreendedores surge por necessidade e não por oportunidade, sendo que em pesquisas anteriores o número de empreendedores por necessidade era até superior aos empreendedores por oportunidade, parece não proceder no município de Divinópolis – SP, o que torna este trabalho ainda mais relevante, pois, percebe-se que neste caso os dados locais diferem dos dados globais. É importante ressaltar que muitas descrições referentes ao indivíduo empreendedor no Brasil partem de estudos baseados em literatura estrangeira, valorizando, portanto a cultura e costumes locais, as características empreendedoras tendem a mudar de acordo com a região, sendo assim, torna-se pertinente o desenvolvimento de pesquisas de campo que possam fornecer respostas mais específicas, voltadas para a realidade da região.

Outra constatação foi de que entre as características necessárias para alcançar o sucesso segundo a opinião dos empreendedores locais, no campo do conhecimento, foi considerado mais importante conhecer bem o mercado em que atua, no quesito habilidades a opção mais citada foi planejar, definir metas e buscar atingi-las, ainda sobre o mesmo objetivo, quanto às atitudes necessárias para se atingir o sucesso, os empreendedores em sua maioria afirmaram que é ter iniciativa e buscar novas oportunidades constantemente, e finalmente sobre qual o talento mais importante para o empreendedor, na opinião dos homens é ser criativo e intuitivo, e na opinião das mulheres é o empreendedor ser persistente e persuasivo.

O verdadeiro empreendedor vai muito além de simplesmente identificar e avaliar os negócios que encontra pelo caminho, ele faz uma previsão sobre seu sucesso e periodicamente volta para ver se essa previsão foi correta. É preciso validar a avaliação porque cada empresa é um pouco diferente das outras, e o que não funciona para uma pode ser o sucesso da outra. Essas diferenças, muitas vezes sutis, são na maioria dos casos, as razões do sucesso ou fracasso de um empreendimento. São estas as razões que o empreendedor procura conhecer, e de forma abrangente, respostas como as encontradas através desta pesquisa podem ser importantes para o sucesso do processo empreendedor, pois além dos

Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

resultados obtidos através de uma revisão de trabalhos e publicações da área, representam ações comprovadas de indivíduos experientes e que se conhecidas, podem contribuir para o aumento das chances de sucesso e conseqüentemente para a redução da alta taxa de mortalidade precoce das pequenas e médias empresas no município de Divinolândia – SP.

Considerando o número de indivíduos entrevistados por esta pesquisa, torna-se conveniente sugerir a extensão deste trabalho para amostras maiores. Esse fato poderá contribuir para a redução de incertezas sobre os resultados obtidos por este estudo, isto é, uma maior confiabilidade das conclusões abstraídas sobre a amostra.

Como última recomendação, um estudo que pode ser bastante interessante é a criação de uma proposta de capacitação de futuros empreendedores, desenvolvida a partir dos resultados obtidos por esta pesquisa.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Ana Paula B. **Perfil do Empreendedor**, 2000. Disponível em:

[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/3CEE6EBDE20889903256D520059A359/\\$File/36_1_arquivo_Empreendedor.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/3CEE6EBDE20889903256D520059A359/$File/36_1_arquivo_Empreendedor.pdf). Acesso em 30 de abril de 2012.

COLBARI, Antônia de Lourdes. A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira. In: **SINAIS – Revista Eletrônica – Ciências Sociais**. Vitória: CCHN, UFES. Edição especial de lançamento, n.01, v.1, abril 2007. p. 75- 111.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luíza**. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

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

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

FARIA, Orlanda Maria Grespan de. **Dados históricos, geográficos e políticos de Divinolândia**. 1.ed. São Sebastião da Gramma: Gráfica São Sebastião, 2007.

FARIA, Orlanda Maria Grespan de; LOPES, Valter Roberto. **Divinolândia nos caminhos do tempo**. 1.ed. São Sebastião da Gramma: Gráfica São Sebastião, 1992.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

Gestão&Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – *campus* Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM), 2010. Disponível em:

[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/3539A2BC07F8B3878325789B004B2142/\\$File/NT000456BA.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/3539A2BC07F8B3878325789B004B2142/$File/NT000456BA.pdf). Acesso em 30 de abril de 2013.

HISRICH, ROBERT D. E PETERS, MICHAEL P. Empreendedorismo. 5. ed, Bookman: Porto Alegre, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE Cidades**: População 2010 – Divinolândia.

Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?codmun=351390&r=2>. Acesso em 28 de abril de 2013.

KIRZNER, Israel Meir. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: Chicago University Press, 1973.

SCHUMPETER, Joseph. **The theory of economic development**. Harvard University Press, 1949.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**:

procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

Apêndice A

QUESTIONÁRIO DE APROVEITAMENTO

1 – Gênero:

Masculino

Feminino

2 – Idade:

Até 20 anos

De 41 a 50 anos

De 21 a 30 anos

Acima de 50 anos

De 31 a 40 anos

3 – Estado Civil:

Solteiro(a)

Outro. Qual? _____

Casado(a)

4 – Residência:

Zona Rural

Cidade

5 – Possui Filhos?

Sim. Quantos: _____

Não

6 – Grau de Formação:

Fundamental Incompleto

Superior Completo

Fundamental Completo

Pós Graduação

Ensino Médio Incompleto

Mestrado

Ensino Médio Completo

Doutorado

Superior Incompleto

7 – Há quanto tempo possui a empresa?

Menos de 1 ano

De 1 a 3 anos

De 3 a 5 anos

Mais de 5 anos

8 – Qual função desempenha na empresa?

9 – Qual o número de funcionários da empresa?

10 – Qual foi a principal motivação para a abertura da empresa?

Herança de Família

Disponibilidade extra de capital

Identificou uma oportunidade de negócio

Desejo de ter seu próprio negócio

Outra Qual?

Estava insatisfeito com o emprego

Estava desempregado

Tinha tempo disponível

Por convite de outra pessoa

11 – Teve ajuda de algum profissional para assessorá-lo(a) na criação de sua empresa?

Sim

Não

11.1 – Se sim na questão acima, quem ou qual instituição? (Admite-se mais de uma opção)

Pessoas que conheciam este ramo de atividade

SEBRAE

Outra(s).

Empresa de consultoria ou consultor

Qual(s): _____

Contador

Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

Edição 2014, Artigo 10, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html

12 – Para abrir a empresa, você fez um plano de negócios?

() Sim () Não

13 – Possui outro tipo de renda além da proveniente da empresa?

() Sim () Não

14 – Qual atividade exercia antes de empreender?

15 – O investimento inicial veio de onde?

() Capital próprio _____

() Amigos _____

() Empréstimo no banco _____

() Outros. Qual?: _____

16 – Em sua opinião, atualmente em quais áreas você encontra maiores dificuldades para gerenciar sua empresa?

() Administrativa/Financeira () Mercado

() Recursos Humanos () Planejamento

() Produção

17 – Você possui outra empresa?

() Sim. Quantos: _____ () Não

18 – Já possuiu outra empresa?

() Sim. Quantos: _____ () Não

18.1 – Se sim, o que motivou o encerramento das atividades?

19 – Em sua opinião, quais características são mais importantes para os empreendedores obterem sucesso? (Atribua o número 1 ao item que o Sr.(a) considera mais relevante e prossiga numerando os demais em ordem **decrescente** de prioridade).

a) Conhecimentos: (Enumere de 1 a 4 em ordem de importância)

() Maior grau de formação escolar () Conhecer bem seu produto ou serviço

() Participar de cursos de capacitação () Conhecer bem o mercado em que atua constantemente

b) Habilidades: (Enumere de 1 a 5 em ordem de importância)

() Planejar, definir metas e buscar atingi-las () Se relacionar bem com funcionários e rede de contatos

() Saber negociar e tomar decisões () Rígido controle financeiro e reconhecer

() Delegar funções, formar equipes e motivá-las seus limites

c) Atitudes: (Enumere de 1 a 4 em ordem de importância)

() Ser exigente e comprometido () Correr apenas riscos calculados

() Ter iniciativa e buscar novas oportunidades constantemente () Trabalhar mais que os outros se necessário

d) Talentos: (Enumere de 1 a 4 em ordem de importância)

() Ser criativo e intuitivo () Ser persistente e persuasivo

() Ser independente e autoconfiante () Ser idealista

Agradecemos por sua participação!