

EMPREENDEDORISMO E A CULTURA EMPREENDEDORA: UM ESTUDO DE CASO NO RIO GRANDE DO SUL

André Roese¹
Erlaine Binotto²
Hélio Büllau³

RESUMO

Este artigo objetiva analisar a eficácia dos programas de estímulo ao empreendedorismo existentes bem como conhecer se ocorrem mudanças no comportamento profissional e pessoal decorrentes da realização dos programas. A pesquisa foi realizada em um município do interior do Rio Grande do Sul. Caracterizou-se por uma pesquisa exploratória, sendo um estudo de multi-casos. Neste estudo, foram utilizadas amostras não-probabilísticas, escolhidas intencionalmente e por acessibilidade. Foram entrevistados 15 participantes de três diferentes programas de estímulo ao empreendedorismo: Empretec, Junior *Achievement* e Aprender a Empreender, sendo cinco entrevistados por programa. Utilizou-se como instrumento de pesquisa entrevistas semi-estruturadas, realizadas no próprio local de trabalho do entrevistado. Os resultados demonstraram que os programas conseguiram efetivamente despertar o espírito empreendedor e trazer resultados mais consistentes aos participantes, seja no que se refere ao desenvolvimento pessoal, bem como em melhores resultados nas organizações que dirigem. Pode-se dizer que todos os programas são eficazes e possuem forte influência no despertar do espírito empreendedor de cada um.

Palavras-chave: empreendedorismo, formação de empreendedores, cultura empreendedora, espírito empreendedor, sucesso.

¹ Administrador, Instrutor SENAC-RS. E-mail: Andre_roese@yahoo.com.br

² Administradora, Doutora em Agronegócios, Professora da Uniplac. E-mail: erlaine@ufrgs.br.

³ Administrador, Mestre em Administração, Professor da UPF. E-mail: helio.bullau@annex.com.br.

INTRODUÇÃO

No século XIX não se ouvia falar no termo empreendedorismo, mesmo assim pode-se considerar que somos uma nação de grandes empreendedores. Em 1813, nasceu, no Rio Grande do Sul, Irineu Evangelista de Souza, o futuro Barão de Mauá, que viria a ser um dos primeiros empreendedores em diversos setores da economia brasileira. Em 1847, implantou a primeira casa de fundição brasileira de grande porte e, em 1854, a primeira ferrovia brasileira ligando Mauá à Raiz da Serra (RJ) (BARÃO..., 2004).

Mauá também contribuiu no Amazonas para o desenvolvimento da região criando a Companhia a Vapor do Amazonas; nas áreas de energia e comunicação, instalando iluminação a gás na Corte Imperial, em 1854; e a primeira ligação telegráfica entre o Brasil e a Europa, em 1872. Foi banqueiro com agências em vários países, investiu em transportes ferroviários e marítimos (BARÃO..., 2004).

O tema empreendedorismo, portanto, não é novo no Brasil. Nova é a abordagem que começou a ser dada a partir de 1990, quando o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) começou a preocupar-se com certa profissionalização do típico empreendedor brasileiro. Apesar de todo este espírito empreendedor tradicional do brasileiro e do apoio oficial através do SEBRAE e outros órgãos de fomento, nota-se que todo o ambiente educacional do País, desde a pré-escola até a pós-graduação, tem dedicado pouco espaço ao tema. Nos cursos superiores de Administração, o tema do empreendedorismo é preocupação recente e, em alguns deles, não possui uma disciplina que trate especificamente do tema.

Na concepção de Schumpeter (1983), o empreendedor é o “motor da economia”, um agente de mudanças. Assim, o problema do empreendedorismo parece estar no desenvolvimento da cultura empreendedora. Ninguém nasce empreendedor, mas as características empreendedoras podem ser desenvolvidas ao longo de sua carreira profissional, preparando-o para assumir riscos ou desafios em um novo empreendimento. Assim, o empreendedorismo se estabelece como um fenômeno cultural, fortemente relacionado no processo educacional, capaz de

impulsionar a criação de pequenas e médias empresas voltadas ao desenvolvimento local e regional.

No desenvolvimento de programas voltados ao ensino do empreendedorismo pode-se mostrar alguns exemplos, tais como, *Junior Achievement* (uma fundação sem fins lucrativos criada nos Estados Unidos em 1919 e atuando no Rio Grande do Sul desde 1992), Empretec (um programa internacional que reúne a ONU, a Agência Brasileira de Cooperação (Órgão do Ministério das Relações Exteriores)), e o SEBRAE, como responsável pela sua execução no Brasil. Também há o projeto Aprender a Empreender (uma parceria do SEBRAE e SESC, atuando na disseminação da cultura empreendedora voltada as áreas carentes da população brasileira).

Apesar de todo este aparato de apoio, ainda percebe-se que a chamada “mortalidade infantil” de empresas continua alta. Segundo pesquisas do SEBRAE, cerca de 60% das empresas não ultrapassam três anos de existência. Os problemas são a falta de planejamento, falta de capital de giro, questões econômicas e outras variáveis que são apontadas como as causas do insucesso. Porém, a grande falha apontada pelo SEBRAE e por outros estudos similares pode ser resumida numa palavra: a má administração (SEBRAE, 2004).

Diante desse cenário, justifica-se estudar até que ponto os programas de estímulo e educação empreendedora têm sido eficazes. Existem muitos meios e recursos disponíveis para a busca de aprendizado e informação relacionados ao empreendedorismo, mas é necessário saber até que ponto a participação de um indivíduo num programa dessa natureza cria modificações comportamentais e estimula-o a buscar mais conhecimento administrativo.

Sob esta perspectiva, questiona-se: Qual a eficácia dos programas de estímulo ao empreendedorismo numa cidade do interior do Rio Grande do Sul (RS)? O objetivo deste artigo é analisar a eficácia de três programas de estímulo ao empreendedorismo em uma cidade do RS, bem como conhecer se ocorrem mudanças no comportamento profissional e pessoal decorrentes da realização dos programas.

1 REVISÃO DA LITERATURA

O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que terá mais importância no século XXI do que a revolução industrial teve para o século XX (TIMMONS apud DORNELAS, 2001). Segundo Dornelas (2001), o século XX passou por várias transformações e invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Provavelmente, estas invenções foram fruto de idéias inovadoras, algo inédito, ou de uma nova visão de como utilizar as coisas já existentes. Schumpeter (1983) associa o empreendedor ao desenvolvimento da economia, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades de negócios. “Empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, empreendedores nascem por influência do meio em que vivem” (DOLABELA, 1999, p.28).

Especificamente, quanto à evolução do empreendedorismo, e mais precisamente na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, que geralmente provinham do governo do país (DORNELAS, 2001).

1.1 EMPREENDEDORISMO E OPORTUNIDADE

A prática do empreendedorismo tem se destacado com a falta de emprego e estágios em empresas privadas. Este fator aumenta o número de pessoas com a disposição de assumir riscos e abrir seu próprio negócio. Muitas destas não têm experiência empresarial e coloca em risco seu próprio negócio por falta de conhecimentos práticos e administrativos. De acordo com Duailibi e Simonsen Jr. (1990, p. 20), “toda empresa é a solução criativa para uma angústia gerada por um problema. O homem de negócios identifica uma necessidade não satisfeita, ou mal satisfeita, e vê nela a oportunidade de obter uma recompensa”. Drucker (1987) salienta que as grandes empresas não inovam, elas se originam de empreendimentos distintos. Para Dornelas (2001, p. 29), “a abordagem clássica ou processual, com foco na impessoalidade, na organização e na hierarquia, propõe que o trabalho do administrador ou arte de administrar concentre-se nos atos de planejar, organizar, dirigir e controlar”.

1.1.1 Características do comportamento empreendedor (CCE)

Observa-se que o comportamento do empreendedor é dotado de certas características que estão sempre presentes, não importando a linha de trabalho que siga. Tais características como: a) necessidade de realização; b) motivação, criatividade e inovação; c) estabelecimento de metas e objetivos; d) predisposição; e) identificando necessidades. Pode-se afirmar, que todo o empreendedor de sucesso deve desenvolver habilidades tais como: Competência (saber fazer), motivação (querer fazer), criatividade (fazer mais com menos) e metas claras, desafiadoras, mas que podem ser realizadas (MALHEIRO, 2003). Já, para Araújo (2004), o fato do indivíduo estar aprendendo desenvolve características distintas e arrojadas, tais como: autoconfiança, calculismo, capacidade de persuasão, inovação, negociação, otimismo e persistência. Estas são capacidades típicas das pessoas que assumem riscos e inovam com um novo empreendimento.

1.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma nos anos de 1990, quando foram criadas entidades como SEBRAE e Softex (Sociedade brasileira para exportação de Software). Antes disso, ainda não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas (DORNELAS, 2001). O ambiente político e econômico não eram propícios e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora (DORNELAS, 2001).

Marinho (2003) comenta sobre um estudo elaborado pelo SEBRAE onde foi constatado que: de cada cem empresas abertas no país, trinta e cinco não chegam ao final do primeiro ano de vida; quarenta e seis não sobrevivem ao segundo; e, cinquenta e seis desaparecem no terceiro ano de vida. Complementa que, o Brasil é campeão em empreendedorismo. Para cada oito brasileiros em idade adulta, um está abrindo ou pensando em abrir um negócio. Os Estados Unidos, classificado em segundo lugar, a proporção é de dez para um. A Austrália, em terceiro lugar, são doze para cada um. A causa de tal problema, segundo a pesquisa, nada mais é do que a falta de informação. Mostrou, também, que, ao contrário do que muita gente pensa, o que leva uma empresa ao fechamento não são os impostos ou a

necessidade de crédito, mas principalmente, a falta de preparo, informação, planejamento e conhecimento específico sobre o negócio por parte do empreendedor (MARINHO, 2003).

1.2.1 Instituições de apoio e fomento ao empreendedor

Para Dornelas (2001), o SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo o suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas estratégicos e financeiros de seu negócio. Nestes órgãos, podem-se citar alguns exemplos como: ANPROTEC, (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores), BNDES (O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social).

No que se refere a fomento, Chiavenato (2004) contribui salientando que o financiamento é uma operação por meio da qual a empresa pode obter recursos financeiros de terceiros para atender as necessidades de capital de giro ou para os ativos circulantes temporários e permanentes, bem como para o investimento.

1.2.2 Ensino do empreendedorismo no Brasil

Em 1975, nos EUA, cinquenta instituições universitárias ministravam aulas de empreendedorismo, sendo que em 1998 já eram mais de mil. Hoje, o ensino de empreendedorismo no primeiro grau tornou-se obrigatório em cinco estados americanos (TERRA; DRUMONND, 2004).

Constata-se com isso, que o sistema de formação profissional do administrador no Brasil está em crise, assim como estão em crise vários outros sistemas e várias áreas de formação profissional. De uma maneira ou de outra, o que se observa é uma tentativa de dar algum valor, na acepção plena do termo empreendedorismo. Para melhor evidenciar isso se apresenta o fato que não é novidade para nenhum aluno, professor ou técnico administrativo, que pelo menos ocasionalmente há revisões de currículos, como forma de adaptar o curso às mudanças ambientais (DORNELAS, 2004). Em vista disso, o ensino do empreendedorismo deveria ser apontado como prioridade na política governamental

de qualquer país que queira desenvolver inovações e, com isso, almeje constituir-se em uma economia competitiva no mundo globalizado (TERRA; DRUMONND, 2004).

Gonçalves (2004) alerta que, o desenvolvimento do empreendedor significa mudança, ou seja, mover-se em direção a um objetivo. Todo processo de mudança envolve correr riscos e as pessoas precisam estar preparadas para isso.

Do ponto de vista de Gonçalves (2004), a ação empreendedora não se limita somente à abertura de novos negócios. Sendo assim, o empreendedor é agente relevante no processo de desenvolvimento, visto que articula na formação acadêmica e de redes intra e interorganizacionais e promove a articulação das dimensões econômica, financeira e sócio-cultural e pessoal.

2 METODOLOGIA

A pesquisa realizada foi de forma exploratória, sendo um estudo de multi-casos, realizada em um município do RS em 2004. Neste estudo, foram utilizadas amostras não-probabilísticas, escolhidas intencionalmente e por acessibilidade. Foram entrevistados 15 participantes de três diferentes programas de estímulo ao empreendedorismo: Empretec, *Junior Achievement* e Aprender a Empreender, sendo cinco entrevistados por programa. Utilizou-se como instrumento de pesquisa entrevistas semi-estruturadas, realizadas no próprio local de trabalho do entrevistado. Para análise dos dados utilizou-se análise de conteúdo.

3 APRESENTAÇÃO DOS PROGRAMAS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir é apresentada resumidamente a concepção dos programas de empreendedorismo estudados nesse trabalho.

3.1. PROGRAMAS DE EMPREENDEDORISMO ESTUDADOS

3.1.1 Junior Achievement

É uma fundação educativa sem fins lucrativos, criada nos Estados Unidos, em 1919, por Horace Moses e Theodore Vail, então presidentes da papelaria

Strathmore e da AT&T, respectivamente. Hoje, constitui-se na maior e mais antiga organização de educação econômica e de negócios, registrando o mais rápido crescimento em todo o mundo. Atualmente, 112 países, incluindo Rússia e China, estão contemplados, beneficiando aproximadamente 6,5 milhões de jovens ao ano.

É importante destacar que o programa utiliza empresários e gerentes de empresas como consultores, chamados de *adviser*, cujo papel é orientar os jovens no desenvolvimento do trabalho. O objetivo do programa para os jovens é despertar o espírito empreendedor na prática. Este é desenvolvido por alunos do ensino médio e tem duração de 60/horas aula, com o desafio de que eles constituam uma empresa, a administrem considerando suas diversas áreas, criem novos produtos, vendam para a sociedade, obtenham lucro em forma de ações e depois distribuam entre os sócios. Os benefícios para os participantes envolvem o despertar no jovem o espírito empreendedor, estimular o trabalho em equipe, desenvolver as habilidades de comunicação e organização, fortalecer os princípios éticos e proporcionar uma visão realista da economia.

No que se referem os benefícios oferecidos pelos consultores para as empresas locais é a melhor compreensão no contexto organizacional e empresarial; desenvolvimento da capacidade gerencial; treinamento na formação de equipes e aprendizado na motivação e convivência com jovens.

As vantagens do programa para os jovens alunos são ligadas ao desenvolvimento pessoal, fortalecimento de princípios éticos e sadios, além do que os jovens se tornam pessoas mais informadas, consumidores mais exigentes, melhores empregados no futuro e, por fim, adquirem o espírito empreendedor de que o Brasil tanto necessita.

O retorno para as escolas formadoras do programa é a formação global do aluno, acesso a excelentes recursos e materiais de educação econômica, auxílio na identificação de opções de carreiras, empatia entre professores e voluntários do meio empresarial, com benefícios para ambos.

Enfim, os benefícios para sociedade resultam na criação de riqueza, mais empregos e pessoas mais informadas com maior espírito empreendedor, voltados para desenvolvimento local.

3.1.2 Empretec

É um programa internacional que reúne a ONU, a Agência Brasileira de Cooperação, Órgão do Ministério das Relações Exteriores, e o SEBRAE, como responsável pela sua execução no Brasil. A figura central do programa é o empreendedor que, ao participar, encontra as condições para aperfeiçoar suas características individuais.

O principal objetivo do Empretec é promover o desenvolvimento das empresas existentes, bem como o surgimento de novas, treinando-as e prestando a assistência técnica necessária ao seu crescimento e viabilização econômica e social, de forma a estimular sua competitividade no mercado.

O projeto Empretec é desenvolvido, basicamente, por um programa intensivo de treinamento, combinando aspectos comportamentais do empreendedor e exercícios práticos que visam o aperfeiçoamento das habilidades do mesmo voltadas para criação e gestão de negócios. O *workshop* tem uma carga horária intensiva com duração de nove dias consecutivos e uma carga horária diária de oito horas (total de 72 horas).

Ainda no Empretec, dentro do período do curso, o participante deve elaborar um projeto de um pequeno negócio e colocá-lo em prática, devendo, no final, apurar o resultado (lucro ou prejuízo). Estes projetos são desenvolvidos e acompanhados pelos consultores do curso e avaliados com formulários próprios.

Os participantes do Empretec desenvolvem conteúdos voltados para crescimento pessoal e profissional, com uma visão mercadológica. Alguns tópicos que fazem parte da programação do curso são:

- Detectar oportunidades de negócios;
- Estabelecer metas desafiadoras;
- Aumentar lucros em situações complexas;
- Satisfazer seus clientes
- Tomar e sustentar decisões frente a adversidades;
- Aumentar seu poder pessoal; etc.

O número de participantes do Empretec fica entre 25 e 32 participantes.

3.1.3 Aprender a Empreender

O programa surgiu através de uma parceria com a Fundação Roberto Marinho, SEBRAE, SENAI-SP E SESC. No início o SESC era responsável pela distribuição do material e certificados, mas hoje o projeto é sob inteira responsabilidade do SEBRAE.

A metodologia do curso é composta por material didático e vídeos, com duração de duas horas cada capítulo, sendo composto num total de doze capítulos de duas horas, totalizando 24 horas de aula. Estas são totalmente voltadas ao espírito e comportamento empreendedor, dando ênfase no mercado e finanças.

Com o curso os alunos aprendem a calcular o preço de venda, margem de contribuição, ponto de equilíbrio, custo fixo, custo variável e fluxo de caixa. Aborda tópicos como: concorrência, marketing, e um enfoque na CCE. As aulas têm um acompanhamento de vídeo, dividido por módulos de aprendizado, as aulas são teóricas e práticas. Os vídeos possibilitam aos alunos um ambiente descontraído e criativo. É respeitado o ritmo de aprendizado de cada um, favorecendo o espírito investigativo e cooperativo do grupo.

O projeto desenvolve os diferentes interesses dos alunos: os que possuem um pequeno empreendimento comercial; os que estão se preparando para empreender seu próprio negócio; os desempregados que querem novos conhecimentos; os que ainda não abriram as suas empresas. As aulas vão ajudá-los a melhorarem os seus resultados, a conhecerem melhor o mercado onde atuam e a organizarem suas finanças. Também, ajudarão a potencializar o comportamento empreendedor destas pessoas e a traçar seu próprio caminho em direção ao sucesso nos negócios.

3.2 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Em termos de características quanto ao sexo, o grupo é formado por doze pessoas do sexo masculino e três do sexo feminino. A idade dos entrevistados situa-se entre 15 e 55 anos, com escolaridade de ensino médio até formação superior, sendo que apenas um possui o ensino médio incompleto. Isso pode estar relacionado à exigência do programa *Junior Achievement* que é nível mínimo de escolaridade para a participação (cursando Ensino Médio). Cabe observar que os

entrevistados que ainda não atingiram a formação superior manifestaram o desejo de obtê-la futuramente. Este nível educacional certamente é bem superior à média da população brasileira, o que permite inferir que programas de ensino de empreendedorismo podem estimular a busca de formação superior.

3.2.1 Estudo comparativo do conteúdo dos cursos

Embora os programas analisados tenham um foco central comum - desenvolvimento da cultura empreendedora, porém pode apresentar algumas diferenças importantes em seu conteúdo programático, conforme apresentado no Quadro 1.

QUADRO 1 - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO DOS CURSOS

Item avaliado	Empretec	Júnior <i>Achievement</i>	Aprendendo Empreender
Comportamento	<ul style="list-style-type: none"> - Liderança - Negociação - Trabalho em equipe - Criatividade - Amadurecimento profissional, pessoal e familiar 	<ul style="list-style-type: none"> - Planejamento para o futuro - Administração do tempo - Negociação 	<ul style="list-style-type: none"> - Persistência - Identificação de oportunidade - Iniciativa em relação ao trabalho - Tomada de decisão com base dados da empresa
Mercadológico	<ul style="list-style-type: none"> - Pesquisa de mercado - Fidelização de clientes - Definição de tarefas - Organização - Plano de Negócio - Identificação de oportunidades e ameaças 	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecimento das áreas da empresa - Plano de Ação - Pesquisa de Mercado - Divulgação do Produto - Terceirização - Conhecimento de taxas e impostos 	<ul style="list-style-type: none"> - 4 P's MKT - Tomada de decisão baseado nos números da empresa - Oportunidade voltada à necessidade do cliente - Visão mercadológica
Financeiro	<ul style="list-style-type: none"> - Resultado baseado no lucro - Análise dos resultados - Custo benefício - Análise de Risco 	<ul style="list-style-type: none"> - Percepção Administrativa e Contábil - Distribuição dos Lucros 	<ul style="list-style-type: none"> - Planejamento Financeiro - Resultado baseado nos números da empresa - Administrar recursos; - Controle de caixa

Fonte: Elaborado com base nos resultados da pesquisa (2004)

Observa-se que as diferenças não se mostram muito significativas nos três programas, mas salienta-se que o Empretec possui um enfoque mais mercadológico

e financeiro, enquanto os demais são mais voltados ao desenvolvimento do espírito empreendedor.

Ainda em um estudo comparativo, desenvolveu-se o Quadro 2 visando comparar a carga horária, público alvo e custo.

QUADRO 2 - COMPARATIVO CARGA HORÁRIA, PÚBLICO-ALVO E CUSTO

Item avaliado	Empretec	Junior <i>Achievement</i>	Aprender a Empreender
Carga horária	72 h	60	24
Público-Alvo	Profissionais em início de carreira	Estudantes de 2º Grau	Genérico
Custo por participante	R\$ 400,00	Gratuito	Gratuito
Remuneração de instrutores e custos com material	Pago com as inscrições	Voluntariado nas escolas;	Voluntariado social, com material via SESC/SEBRAE

Fonte: Elaborado com base nos resultados da pesquisa (2004)

Cabe salientar que a carga horária do Empretec é a mais elevada e seu custo também. O público alvo é mais direcionado para empresários que já possui um empreendimento e estão dispostos a pagar pelo programa. Em contra partida, o *Junior Achievement* e o Aprender a Empreender possui uma carga horária maior que 20/h e não possui custo, o público alvo é composto por pessoas com características e atividades diversas.

3.2.2 Avaliação dos cursos pelos participantes

Conforme as informações fornecidas pelos entrevistados, todo curso de empreendedorismo gera uma expectativa muito grande, pois atua diretamente na formação profissional e na capacidade de empreender. No grupo pesquisado, notam-se alguns pontos fortes e fracos em relação ao conteúdo, bem como ao curso em geral, sendo que o Empretec é o mais exigente e o mais extenso de todos. Nesta concepção, nota-se ainda que os conteúdos teóricos e práticos sejam bem definidos e organizados em tempo hábil, mas possui um custo elevado e não tem uma divulgação eficaz.

Já o programa *Junior Achievement* tem uma visão mais voltada ao produto e a sua colocação no mercado, permitindo uma maior visão administrativa. Todos os exercícios são práticos e aos alunos são responsáveis por todo o processo de produção do produto. No Aprender a Empreender, o foco é mais motivador para aqueles que pretendem abrir seu próprio negócio, analisarem os números da empresas e saber procurar os órgãos responsáveis pela legalização, embora o programa seja restrito em número de horas aula.

3.2.3 Reflexos do curso na formação pessoal e profissional

O Quadro 3 apresenta os reflexos do curso na formação profissional e pessoal dos três programas:

QUADRO 3 – REFLEXOS DO CURSO NA FORMAÇÃO PESSOAL E PROFISSIONAL

Item Avaliado	Empretec	Junior <i>Achievement</i>	Aprender a Empreender
Quanto à formação pessoal	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecimento - Persuasão e rede de contatos - Administração da vida pessoal - Motivador para a vida pessoal - Saber onde quer chegar 	<ul style="list-style-type: none"> - Administrar conflitos - Metas desafiadoras - Busca de informação e atualização - Direcionamento para vida profissional 	<ul style="list-style-type: none"> - Motivador para o dia a dia - Diferencial em relação aos demais - Currículo pessoal e conhecimento - Visão empreendedora
Formação profissional	<ul style="list-style-type: none"> - Despertar o potencial interior de cada um - Visão sistêmica - Incentivador para buscar oportunidade - Conseguiu dobrar o faturamento da empresa - Consegui obter resultados com capital próprio 	<ul style="list-style-type: none"> - conhecimento do mercado - Direcionamento acadêmico - Aproveitou todo conhecimento em sua empresa - Não estava voltada a formação profissional e sim intelectual 	<ul style="list-style-type: none"> - Melhor entendimento dos procedimentos - Apanhado geral de como se montar um negócio - Como acompanhar os resultados da Empresa - Relacionou toda a teoria com seu dia a dia profissional - Hoje especula mais o mercado - Sabe o ponto de equilíbrio de sua empresa

Fonte: Elaborado com base nos resultados da pesquisa (2004)

O quadro 3 demonstra que um dos maiores objetivos dos programas em estudo é o desenvolvimento da cultura empreendedora. Neste tópico, observa-se que todos os programas tiveram um reflexo direto na formação pessoal e profissional. Isso evidencia que os resultados obtidos durante o curso são ferramentas adicionais na busca diferenciação para obter vantagem no mercado competitivo.

3.2.4 Características de comportamento empreendedor percebida nos entrevistados

O Quadro 4 apresenta as características gerenciais e empreendedoras desenvolvidas nos programas de empreendedorismo na percepção dos entrevistado. Segue então um comparativo entre os programas em estudo.

QUADRO 4 - COMPARATIVO DAS CARACTERÍSTICAS DE COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Empretec	Junior Achievement	Aprender a Empreender
<ul style="list-style-type: none"> - Jogo de cintura - Ação, criatividade - Inovação - Persistência - Metas - Ser dono do seu próprio nariz - Assumir riscos - Ser um líder - Persuasão - Buscar novas oportunidades - Saber lidar com pessoas - Realização pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> - Planejar o futuro - Trabalhar dentro das normas - Realização pessoal - Definir claramente as metas e objetivos - Vontade de vencer - Conhecer o Mercado - Identificar necessidades - Sair da rotina 	<ul style="list-style-type: none"> - Saber agir com equilíbrio - Ter persistência - Ser inovador - Motivador; - Trabalhar com qualidade - Busca de um sonho; - Ser líder - Criatividade - Oferecer o diferencial p/cliente - Planejar o futuro - Não gastar mais o que ganha - Calcular riscos - Acreditar que é capaz de chegar lá; - Saber onde quer chegar

Fonte: Elaborado com base nos resultados da pesquisa (2004)

Os cursos de empreendedorismo estão todos voltados para o mesmo objetivo, que é o desenvolvimento da cultura empreendedora e melhor visão do

mercado que estão inseridos. Mesmo porque nenhum deles dá uma “receita de bolo pronta”, e depois é só seguir que conseguirão superar as dificuldades do mercado.

Ainda neste contexto, a maior dificuldade das novas empresas é passar dos três primeiros anos de existência, conforme salientado anteriormente.

3.2.5 Síntese das observações

Considerando a realidade apresentada no estudo, constata-se que há uma forte contribuição dos programas de empreendedorismo para o desenvolvimento pessoal e profissional dos participantes. Nos tópicos abaixo, é apresentada uma síntese das observações feitas ao longo da pesquisa:

- Há unanimidade dos entrevistados de que os programas de empreendedorismo contribuíram positivamente para o crescimento pessoal e profissional;
- São generalizadas as críticas quanto às restrições ao desenvolvimento do empreendedorismo, especialmente algumas dificuldades de ordem burocrática e de acesso a crédito;
- O SEBRAE é o órgão mais conhecido como estimulador do empreendedorismo;
- Embora a maioria dos entrevistados conheça o SEBRAE, ainda não sabem porquê as pessoas não buscam os serviços oferecidos;
- As maiorias dos entrevistados enfatizaram que possuir bons projetos é um fator de sucesso para aqueles que buscam crédito;
- Aponta-se também que a falta de planejamento é um dos maiores fatores de mortalidade das empresas;
- Pode-se notar que aqueles que são empreendedores passam suas maiores dificuldades durante os três primeiros anos de existência;
- Para os empreendedores somente após o sexto ano de existência de empresa, que realmente ela torna-se sustentável e com retorno;

Os dados levantados na pesquisa de campo junto aos participantes dos programas de empreendedorismo confirmaram que o conteúdo teórico oferecido pelos programas possui coerência com a prática empresarial presente em suas realidades.

3.3 SUGESTÕES E RECOMENDAÇÕES

Uma pesquisa exploratória, dentro de seu próprio objetivo, não tem a pretensão de formular sugestões e recomendações efetivas. Sua intenção central é formular “hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”, como assinala Gil (1995, p. 44). Por isso, neste item, são formuladas sugestões genéricas, passíveis de estudos mais aprofundados por parte de futuros pesquisadores. Considerando a variedade de públicos envolvidos na questão do empreendedorismo, são formuladas, em grupos distintos, sugestões válidas para os próprios empreendedores, para os órgãos de fomento, para o governo e, também, para a própria Universidade.

Quanto aos empreendedores, evidenciou-se que a busca de apoio técnico e gerencial é um dos fatores de sucesso para o empreendimento. Os dados do SEBRAE são claros em demonstrar que a falta de planejamento é uma das grandes causas de mortalidade das empresas que não atingem o terceiro ano de existência.

Quanto à iniciativa das pessoas, tem-se preocupado em como desenvolver a busca de apoio aos órgãos de estímulo ao empreendedorismo.

Os órgãos de apoio, como SEBRAE, associações comerciais e outras entidades da sociedade civil envolvida no estímulo ao empreendedorismo, inclusive as que foram objeto da pesquisa, têm condições de desenvolver um trabalho mais amplo. Para tanto, obviamente respeitando seus limites orçamentários e outros recursos disponíveis, parece que seria adequado, em primeiro lugar, dar maior divulgação aos trabalhos que desenvolvem e, especialmente, aos resultados conseguidos pelos participantes dos programas. A pesquisa evidenciou que é alto o nível de satisfação e, principalmente, que a participação nos programas permitiu efetivamente uma mudança positiva. Em termos de divulgação, pode-se afirmar que a melhor propaganda é sempre um cliente satisfeito. Além disso, podem ser desenvolvidas pelos órgãos de apoio a capacitação e treinamento de grupos para atuar na comunidade com o propósito de disseminar a cultura empreendedora e disponibilizar programas permanentes de assessoria comercial e industrial no município.

Observa-se que o governo está mais preocupado com a capacitação empresarial e o desenvolvimento de projetos como: Brasil empreendedor, Empretec, Aprender a Empreender. Cabe também ao Governo colocar a disposição recursos financeiros em uma realidade mais próxima do empresário e também se desprender da burocracia e morosidade nos processos, visto que o “Brasil é o segundo país mais burocrático do mundo” (LAHÓZ, 2004, p.20)

O papel das universidades no processo de estímulo ao desenvolvimento também não pode ser ignorado. Embora não tenha sido este o objetivo central do presente estudo, é importante destacar que a pesquisa é a principal contribuição que as instituições de ensino superior podem dar ao país. Na região em particular, ainda se tem pouca pesquisa universitária na área do empreendedorismo e esta é uma linha que precisa ser investigada como forma de dar suporte ao desenvolvimento. Numa rápida observação, notam-se, na região, municípios com perfis de empreendedorismo relativamente dinâmicos e com histórias econômicas diferentes. Pesquisar as razões disto é buscar descobrir que outros fatores são importantes para despertar um ambiente onde o empreendedorismo faz parte da cultura de uma cidade. A universidade pode avaliar as relações de empreendedorismo e a capacidade de geração de trabalho, avaliar quais as características do empreendedor que podem ser mais bem desenvolvidas na disseminação da cultura empreendedora e como desenvolver ambientes de desenvolvimento da cultura empreendedora nas Universidades.

Nota-se, em uma pesquisa do SEBRAE, que 2% dos jovens universitários montam seu próprio negócio após acabarem um curso superior. Para a Universidade, que é uma empresa particular e sem fins lucrativos, e também auto-sustentável, deve estar sempre preocupada em desenvolver ações e projetos voltados ao desenvolvimento da cultura empreendedora. Utilizar-se de uma metodologia própria e eficaz para contribuir no aprendizado do empreendedor a universidade pode desenvolver projetos como: trabalhar em parceria com ONG's com objetivo de multiplicação de conhecimentos voltados ao empreendedorismo (SEBRAE, 2004).

As universidades sendo responsável por desenvolver profissionais em diversas áreas, podendo utilizar-se de sua infra-estrutura, rede de comunicação,

suporte e consultoria por tempo limitado para encubar empresas locais. Nestes termos pode-se estudar: a) a viabilidade econômica e financeira de uma incubadora universitária; com o objetivo de dar sobrevivência para uma determinada empresa em um ambiente de competitividade; b) identificar a importância de uma Incubadora para o desenvolvimento local; c) a universidade sendo responsável pela formação de profissionais também pode:

- Participar ativamente na capacitação empresarial de nossa cidade;
- Utilizar a Empresa Júnior como organizador de projetos e viabilização de novos empreendimentos locais;
- Aproveitar sua infra-estrutura para encubar empresas locais e regionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo exploratório teve como objetivo central analisar a eficácia dos programas de estímulo ao empreendedorismo existentes, bem como, conhecer as mudanças ocorridas no comportamento profissional e pessoal decorrentes da realização dos programas.

As constatações obtidas nas entrevistas com participantes dos programas mostram que há um bom nível de eficácia nos programas avaliados e o órgão mais conhecido quanto ao apoio técnico é o SEBRAE.

Assim, pode-se dizer, de maneira geral, que todos os programas são eficazes e traz significativas mudanças no comportamento dos empreendedores. Nota-se um grande fator de sucesso para aqueles que estão sempre buscando um aperfeiçoamento, seja ele na faculdade ou em programas de empreendedorismo. A capacidade empreendedora é bem maior para aqueles que buscam informação e possuem iniciativa. Em vista disso, para que os empreendedores tenham maior êxito, é importante que a análise entre o que está sendo oferecido nos cursos e a utilização prática nos negócios dos empreendedores seja coerente.

Constatou-se também, que é extremamente importante a inserção do estudo do empreendedorismo tanto nas escolas como nas universidades para que tenhamos cada vez mais pessoas motivadas, qualificadas e preparadas para empreender. Isso poderá trazer maior desenvolvimento local e regional, reduzindo

índices de desemprego. Mostra-se assim, a importância do desenvolvimento da cultura empreendedora na geração de riqueza e trabalho. É relevante salientar também, que os programas de estímulo ao empreendedorismo devem ser iniciativas do empreendedor, pois, como mostrado anteriormente, a falta de planejamento e conhecimentos administrativos são as maiores causas de mortalidade das empresas.

Há mais de dois séculos, Schumpeter (1983) percebeu que o empreendedor é o “motor da economia”. Observou-se, neste estudo, que os programas de estímulo ao empreendedorismo são eficazes e têm a capacidade efetiva de reduzir níveis de insucesso nos empreendimentos. Por isso, todas as pessoas envolvidas com o tema têm a responsabilidade social de difundir, cada vez mais, o assunto como forma de dar condições sustentáveis de auto-realização e sucesso para as pessoas e conseqüentemente proporcionar desenvolvimento ao País.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Luis César G. de. **Teoria geral da administração: aplicação e resultados nas empresas brasileiras**. São Paulo: Atlas, 2004.

BARÃO de Mauá. Biografia. Disponível em: <<http://www.bazarcultura.com.br/biografias/read.asp?id=47>> Acesso em 11 nov. 2004

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

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Transformando Idéias em Negócio**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José. É possível ensinar empreendedorismo. Disponível em: <http://www.empresabrasil.com.br/artigos/index.php?destinocomum=noticia_mos tra&id_noticias=6&id_eventos>. Acesso em: 23 out 2004.

DORNELAS, José. Porque escrever um plano de negócio. Disponível em: <<http://www.planodenegocios.com.br/>>. Acesso em: 19 out. 2004.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor (entrepreneurschip):** prática e princípios. 2. ed. São Paulo: Pioneira 1987.

DUALIBI, Roberto; SIMONSEN JÚNIOR, Harry. **Criatividade e Marketing.** São Paulo: Editora Abril, 1990.

Gil, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GONÇALVES, Caio Márcio. Empreendedorismo, ensino e desenvolvimento regional: onde está a conexão. Disponível em: <http://www.infotecne.com.br/infotecne.cgi?flagweb=empre>. Acesso em: 10 jun. 2004.

LAHÓZ, André. **O ataque do Burocrassauro.** Revista Exame, São Paulo, ano 38, n.17, set. 2004

MALHEIRO, Rita de Cássia. (org.). **Viagem ao mundo do Empreendedorismo.** 1. ed. Florianópolis: IEA. 2003.

MARINHO, Roberto. **Aprender a Empreender.** Programa Brasil Empreendedor. SEBRAE 2003.

SCHUMPETER, Joseph A . **The Theory of economic development.** Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1983.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em www.sebrae.com.br. Acesso em 06 de setembro de 2004.

TERRA, Branca; DRUMONND, Ricardo. O empreendedorismo e a inovação tecnológica. Disponível em: http://www.capitalderisco.gov.br/vcn/empreendedorismo_e_a_inova%27%2E3o_tecnol%2F3gica_CR.asp. Acesso em 10 de jun. de 2004.