

**EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE**

Aécio Flávio Ferreira da Silva Filho

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de

**Mestre em Gestão de Empresas**

Orientador:

Professora Doutora Virgínia Trigo

Professora Auxiliar, ISCTE Business School, Departamento Ciência de Gestão

Lisboa

Setembro de 2010

**EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE**

Aécio Flávio Ferreira da Silva Filho

Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Gestão de Empresas

Lisboa, \_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profª. Dra. Virgínia Trigo

---

Profº.

---

Profº.



## **AGRADECIMENTOS**

Ao longo da realização deste trabalho tive a oportunidade de receber apoio e ajudas das mais diferentes formas, todas elas imprescindíveis para que o projeto chegasse a bom termo. Ao nomeá-los neste espaço, gostaria de expressar e demonstrar meu reconhecimento e gratidão a todos que de certa forma trilharam comigo esta trajetória.

Ao nosso grande Deus, por ter concebido esta grande oportunidade em minha vida.

À Fundação Getúlio Vargas – FGV na pessoa do Prof. Lincoln Campos, agradeço o imprescindível apoio institucional. Agradeço a minha orientadora Professora Dra. Virgínia Trigo por sua confiança, incentivo e por compartilhar esse momento tão importante.

Não poderia deixar de agradecer a todos os funcionários da FGV em especial a funcionária Georgina Silva Oliveira e a Professora Carla Winter Afonso, que sempre me ajudou e resolver quaisquer problemas, ao longo do meu curso. Também devo o meu reconhecimento a todos os professores do Curso de Mestrado em Administração de Empresas do Instituto Universitário de Lisboa por transmitirem seus ensinamentos.

A toda a equipe de apoio portuguesa do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, com especial referência a dedicação da Senhora Mariana Rodrigues.

Ao SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas por disponibilizar aos desígnios acadêmicos, os dados do Censo Empresarial 2009.

Em especial,

A Sra. Andréa Cristine Olivo Silva, minha muito amada esposa, cujo apoio foi o pilar de todo esse esforço e as minhas filhas Milena Cristine Olivo Silva e Marina Eduarda Olivo Camara.

E aos meus pais, o Sr. Aécio Flávio Ferreira da Silva e a Sra. Lidia Carvalho da Silva pois ao longo dos anos incentivaram e fomentaram legado da educação.

Manaus, julho de 2009

## **RESUMO**

**TÍTULO:** Empreendedorismo na Capital Amazonense

**OBJETIVO:** Esta pesquisa propôs-se a avaliar o empreendedorismo na Capital Amazonense. É relevante devido à inexistência de literatura significativa na Região Norte sobre o empreendedorismo. O acervo literário brasileiro disponível aborda de forma genérica as principais metrópoles que se localizam nas Regiões Sul, Sudeste e Nordeste do Brasil. Não há nenhuma pesquisa da Região Norte, onde se localiza o Estado do Amazonas e a cidade de Manaus, que constitui nosso objeto de estudo. Daí a importância deste estudo que contará com o fator inédito que é a inexistência de registro sobre este assunto.

## **MÉTODOS:**

Quanto aos aspectos metodológicos a pesquisa foi efectuada através de dados secundários do tipo bibliográfico e descritivo. A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema em estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico, etc (...). Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com o material literário disponível escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto (...).(MARCONI; LAKATOS, 2008). As informações foram coletadas usando como base o Censo Empresarial 2009 realizado pelo SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e o GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*.

No que trata da Pesquisa Descritiva, a mesma caracteriza-se onde as informações são observadas, coletadas, registradas, analisadas, classificadas, interpretadas, sem que haja interferência do pesquisador, ou seja, sem a manipulação das variáveis.

## **ESTRUTURA DO TRABALHO**

A pesquisa está disposta da seguinte forma: o primeiro capítulo apresenta a questão principal da pesquisa, sua contextualização dentro do atual momento do estudo do empreendedorismo, os objetivos específicos do trabalho, bem como a justificativa para a relevância do mesmo.

O segundo capítulo apresenta e discute a literatura sobre os pressupostos e efeitos do empreendedorismo, para que o leitor possa se situar sobre o conceito principal do trabalho, tendo como foco os aspectos comportamentais, características e tendências já pesquisadas por seus principais autores e a necessidade e a importância de se investigar mais detalhadamente o perfil dos empreendedores, para a construção de unidades comparativas e métricas de apoio.

O terceiro capítulo demonstra o panorama de forma genérica o empreendedorismo no Brasil, não se aprofundando em nenhuma região específica, através da pesquisa elaborada nos anos 2005, 2006, 2007 e 2008 pelo Relatório do GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*

O quarto capítulo descreve a avaliação da pesquisa de campo desenvolvida pelo SEBRAE com o Censo Empresarial 2009 sobre o empreendedorismo na capital amazonense, delimitando o escopo do componente empírico do trabalho e descrevendo a coleta de dados.

O quinto capítulo traz quadros comparativos para cada um dos itens que são comuns aos dois relatórios, tanto pelo Censo Empresarial 2009 do SEBRAE quanto pelo GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*, gerando *assim*, a possibilidade de analisá-los, proporcionando ao trabalho resultados passíveis de discussão das duas pesquisas utilizadas como fonte secundária, deixando também a oportunidade de estudo para trabalhos futuros. E por fim, são apresentadas as referências bibliográficas, onde estão descritas toda a literatura utilizada, alicerce desta pesquisa.

PALAVRAS CHAVE: 1 Empreendedorismo; 2 Brasil; 3 Amazonas; 4 Análisis contrastiva

## **ABSTRACT**

**TITLE:** Entrepreneurship in the Capital of the Amazon State

**OBJECTIVE:** This research was elaborated to evaluate entrepreneurship in the Capital of the Amazon State, Brazil. Its relevance is due to the non-existent literature in the subject of entrepreneurship, in the Northern Region of Brazil. The available Brazilian literary archive comprehends only the main cities located in the Southern and Northeastern Regions of the country. There is no research in the Northern Region – where the Amazon State and its Capital, Manaus, are found – and thus lies the reason for this study and the importance of such initiative that encompasses the unprecedented factor that is the lack of registry.

**KEYWORDS:** 1 Entrepreneurship; 2 Brazil; 3 Amazon State; 4 Contrastive Analysis.

## ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>1 O EMPREENDEDORISMO .....</b>	<b>15</b>
1.1 O empreendedor .....	16
1.2 Razões para início de um empreendimento .....	20
1.3 Financiamento do empreendedorismo .....	22
1.4 Inovação e tecnologia no empreendedorismo .....	23
1.5 Educação e treinamento .....	24
<b>2 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL .....</b>	<b>29</b>
2.1 Perfil dos empreendedores no Brasil .....	35
2.2 Razões para início de um empreendimento no Brasil .....	36
2.3 Inovação e tecnologia no empreendedorismo brasileiro .....	37
2.4 Educação e treinamento no Brasil .....	39
2.5 Financiamento do empreendedorismo no Brasil .....	41
2.6 Faturamento mensal dos estabelecimentos empresariais .....	41
<b>3 EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE .....</b>	<b>43</b>
3.1 Perfil dos empreendedores na capital amazonense .....	46
3.2 Razões para início de um empreendimento na capital amazonense .....	47
3.3 Tecnologia no empreendedorismo de Manaus .....	48
3.4 Educação e treinamento na capital amazonense .....	49
<b>4 ESTRATÉGIA DE INVESTIGAÇÃO.....</b>	<b>51</b>
4.1 Ferramentas de coleta de dados .....	51
4.2 Parâmetros para análise dos dados .....	51
4.3 Análise contrastiva dos dados coletados .....	52
4.4 Da apresentação dos dados .....	52
4.5 Parametros de analise .....	52
4.6 A análise etnológica .....	52
4.7 A análise de discurso .....	53
4.8 Dos resultados obtidos .....	53
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>65</b>
<b>6 CONCLUSÃO .....</b>	<b>67</b>
6.1 Do governo .....	67
6.2 Dos profissionais da área de gestão de empresas .....	69
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>71</b>

## ÍNDICE DE QUADROS

### LISTA DE QUADROS DA FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Quadro 1 As vantagens de ser empreendedor .....	29
Quadro 2 As causas mais comuns de falha nos negócios .....	31

### LISTA DE QUADROS DA ANÁLISE CONTRASTIVA DOS DADOS COLETADOS

4.8.1 O empreendedorismo na capital do Estado do Amazonas e no Brasil .....	53
4.8.2 Perfil dos empreendedores na capital do Estado do Amazonas e no Brasil	56
4.8.3 Razões para o início de um empreendimento na capital do Estado do Amazonas e no Brasil .....	58
4.8.4 Inovação e tecnologia no empreendedorismo na capital do Estado do Amazonas e no Brasil .....	59
4.8.5 Educação e treinamento na capital do Estado do Amazonas e no Brasil	61
4.8.6 Financiamento do empreendedorismo na capital do Estado do Amazonas e no Brasil .....	62

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 Situação atual do empreendimento (Resposta espontânea e única) .....	44
Gráfico 2 Classificação dos empreendimentos cadastrados por segmento (Resposta única) .....	45
Gráfico 3 Gênero dos proprietários ou principal gestor (Resposta única) .....	47
Gráfico 4 O que motivou abrir o negócio (Resposta espontânea e única) .....	48
Gráfico 5 Acesso à internet no empreendimento (Resposta espontânea e única)	49
Gráfico 6 Motivo por não ter acesso à internet no empreendimento (Resposta espontânea e única) .....	49
Gráfico 07 Grau de Instrução dos proprietários ou principal gestor (Resposta espontânea e única) .....	50

## LISTAS DE ABREVIATURAS

DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos;

EPP - Empresa de Pequeno Porte;

ERC - Equidade, Reciprocidade e Competição;

FUBRA - Fundação Universitária de Brasília;

GEM - Global Entrepreneurship Monitor;

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística;

LDB - Leis de Diretrizes e Bases da Educação Nacional;

MPE - Micro e Pequenas Empresas;

PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

PCNs – Parâmetros Curriculares Nacionais

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas;

TEA - Total Entrepreneurial Activity.

## INTRODUÇÃO E OBJETIVOS

Esta pesquisa se propõe a avaliar o Empreendedorismo na Capital Amazonense. Os estudos mais conhecidos e divulgados que avaliam o empreendedorismo no Brasil são feitos através do *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM que demonstra em seus relatórios uma análise da média do perfil do empreendedorismo no país.

De acordo com o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2007), no Brasil, apesar de ser um dos dez países de maior nível de empreendedorismo no mundo, a grande maioria destes novos empreendimentos brasileiros não alcança o sucesso, ou pior, fracassam nos primeiros anos de existência.

Neste contexto, diversos estudos (GEM, 2007; Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2007) procuram identificar as principais razões que levam indivíduos a participar de atividades empreendedoras, classificando os empreendimentos segundo a motivação de seus empreendedores, dividindo-os basicamente em: empreendedores por necessidade ou empreendedores que detectam oportunidades.

A contribuição substancial de um empreendimento para a economia do país pode vir a ser afetada antes de qualquer outro fator, pelo tipo de motivação presente no empreendedor no momento que decide iniciar um negócio. Empreendimento iniciado por necessidade, muitas vezes pela simples falta de opção do indivíduo ou mero desejo pessoal de ser seu próprio chefe, pode levar o novo negócio ao insucesso (GEM, 2007). No Brasil, as pesquisas do *Global Entrepreneurship Monitor, 2007* demonstram que 43,16% dos empreendimentos são motivados pela necessidade e 56,84% são motivados pela oportunidade.

Para a região Norte especificamente, existem poucos estudos que demonstram com dados estatísticos a realidade do empreendedorismo dessa região do país. Trata-se de uma capital que logisticamente é prejudicada pela sua localização geográfica, com relação ao restante do país, já que está situada em um estado que possui uma área total de 1.577.820 km<sup>2</sup> segundo IBGE 2007, área proporcional a de um continente.

Na região norte, apesar de ser uma reserva de riquezas sem igual no planeta e um patrimônio do povo brasileiro, paradoxalmente, a maioria da sua população ainda

vive na pobreza. A Amazônia, e conseqüentemente o empreendedorismo praticado nessa região, tem falhado até hoje, em transformar a abundância de recursos naturais em desenvolvimento econômico e social para todos, devendo assim ser criada uma forma de alavancar os índices do empreendedorismo de sucesso, para que a região passe a ter maior expressão e influência nos dados percentuais das pesquisas feitas pelo país.

O SEBRAE teve a iniciativa, esforço e pioneirismo em retratar o segmento empresarial, no ano de 2009, através do Censo Empresarial Manaus, revelando o perfil do empreendedorismo da região norte mais detalhadamente. Para essa pesquisa foram adotados métodos quantitativos tendo o levantamento das informações junto aos empreendedores sido feita através de entrevistas pessoais da seguinte forma: primeiro foi realizado um cadastro do ponto empresarial com a identificação precisa do local para identificação em mapas e, posteriormente, o empreendedor foi convidado a responder a pesquisa.

A partir desse Censo Empresarial, o objetivo deste estudo é verificar até que ponto os dados estudados sobre o empreendedorismo na Capital Amazonense se assemelham ou diferem dos dados que são demonstrados nas pesquisas que indicam o perfil do empreendedorismo no Brasil como um todo, demonstrado pelo GEM (2005, 2006, 2007, 2008), tornando-o relevante e inédito, devido à inexistência de literatura sobre o empreendedorismo na Região Norte. Esta apreciação permitirá identificar pontos comuns ou de diferenciação no sentido de ajudar decisores públicos relativamente à necessidade de eventual diferenciação nas medidas a adoptar e também para que empreendedores atuais ou futuros conheçam as características do empreendedorismo na região e qual a melhor forma de enquadrar a sua ação.



## 1 O EMPREENDEDORISMO

Empreender, segundo o dicionário Houaiss, significa “decidir realizar (tarefa difícil e trabalhosa); tentar” ou “ pôr em execução; realizar”. A palavra empreendedorismo tem origem no termo francês “*entreprendre*” e traduz-se como “realizar algo”.

A ação empreendedora, de acordo com Colbari (2007), envolve tanto a atividade empresarial por conta própria, quanto a dimensão do trabalhador assalariado capaz de inovar no ambiente de trabalho, em outras palavras, a percepção de novos investimentos lucrativos, ou a melhoria de um empreendimento existente. Tal atividade é evidenciada como uma carreira que possibilita o desenvolvimento pleno da capacidade de desenvolvimento e inovação para a concepção de novos valores, produtos e serviços, abrangendo, para isso, a assunção de um risco econômico eminente (Drucker, 1986).

Schumpeter (1934) apresenta os empreendedores como os agentes de transformação da economia através de nova tecnologia ou repaginação de uma antiga. Drucker (1979) afirma que empreender não é somente desenvolver um negócio, mas realizá-lo em função de uma oportunidade genuína. Segundo Paiva e Barbosa (2001 apud Roma, 2006, p.12), “O empreendedorismo surgiu no cenário de buscas por alternativas de empregabilidade, busca derivada pela nova realidade do mercado de trabalho (...), como mais um caminho para uma possível solução desse problema.”

Stevenson (2000), da Escola de Administração de Harvard, enfatiza que os empreendedores não devem ater-se aos seus atributos intrínsecos para levar a cabo o ato de empreender (comportamento), mas mobilizar recursos extrínsecos (externos), valorizando a interdisciplinaridade do conhecimento e da experiência, para alcançar seus objetivos.

Roma (2006, p.34) afirma que,

Fica claro então que o empreendedorismo se tornou uma clara opção para a geração de empregos e formação de uma classe empresarial ativa e globalizada, seu estudo se tornou ainda mais interessante e procurado. Além disso, é de conhecimento de todos a alta capacidade de novas empresas de gerarem empregos, diversificarem a prestação de serviços e produtos e, principalmente, da sua predisposição natural por buscar a diferenciação pela inovação, exercendo papel importante no processo de melhoria da qualidade de vida da população.

Em 1961, David McClelland, psicólogo da Universidade de Harvard, identificou nos empreendedores de sucesso um elemento psicológico crítico, nomeado por ele de "motivação da realização" ou "impulso para melhorar". Filion (1988), conceitua o empreendedor como sendo uma pessoa que concebe, desenvolve e realiza visões.

Uma das razões que induz um indivíduo a empreender seu próprio negócio é a necessidade de independência. Nesse caso, a empresa passa a constituir uma ferramenta para a satisfação dessa necessidade. Por sua vez, durante a sua existência, a empresa atravessa muitas fases que conformam o intitulado ciclo de vida das organizações.

O Empreendedorismo pode ser considerado uma expressão da capacidade humana que foi instigado à investigação desse fenômeno por estudiosos e pesquisadores da Administração, não apenas pelo seu impacto social, mas, sobretudo, por sua relevância e impactos econômicos (Barini Filho; Cardoso, 2003 apud Silva).

Conforme a definição de Schumpeter (1954, apud Filion, 1998), as empresas poderiam ser revigoradas se utilizassem os princípios do empreendedorismo em suas práticas administrativas. Os empreendedores são capazes de produzir transformações, assumir riscos, desenvolver, explorar idéias e, sobretudo perceber e aproveitar oportunidades. Dessa forma, as empresas poderiam estar mais bem preparadas não apenas para adaptarem-se a cenários de incerteza e instabilidade, mas acima de tudo para se expandirem por meio de novas oportunidades de negócio.

## **1.1 O EMPREENDEDOR**

Quanto ao empreendimento por conta própria, grande parte das concepções evidenciadas na literatura trata os indivíduos motivados por oportunidades de mercado e busca de independência. Ainda com o debate a respeito dos atributos presentes nestas pessoas serem inatas ou apreendidas no decorrer do tempo, há um consenso a respeito das qualificações relevantes do empreendedor (Teixeira, 2001).

Gerber (1990), por exemplo, diz que o indivíduo que realiza a atividade de empreender é um visionário, proprietário de uma imaginação que induz à mudança, dotado de uma personalidade capaz de lidar com o desconhecido e de desenvolver novas possibilidades. Schumpeter (1976), por sua vez, concebe os empreendedores como idealizadores, ou seja, aqueles que possuem “a idéia do negócio”, pessoas que procuram aproveitar oportunidades por meio da inovação, conjeturando o lucro em

contextos de incerteza e declara que tais indivíduos interferem positivamente no desenvolvimento sócio-econômico mundial.

De forma geral, o empreendedor é tido como elemento transformador, inovador, um “herói” capaz de enfrentar inúmeras adversidades e que objetiva de forma constante a realização pessoal e profissional, com objetivos ousados (Teixeira, 2001).

O empreendedor é uma pessoa motivada pela auto-realização, desejo de assumir responsabilidades e independência, que não teme assumir novos desafios e que propõe e busca implementar constantemente novas idéias. Além do mais, dispõem de capacidade de planejamento, conhecimento de estratégia e uma visão bem trabalhada da situação futura desejável, comparativamente à atual (SEBRAE, 2003, 2006).

Colbari (2007) revela que os comportamentos e competências principais destas pessoa são: focalização nos resultados; sentido de responsabilidade; percepção e confiança nas probabilidades de sucesso; grande capacidade de trabalho e resolução de problemas; orientação para o futuro, com uma visão clara e objetiva da realidade; facilidade para organizar atividades e pessoas; capacidade de inovar e desenvolver produtos e serviços; além de facilidade de adaptação e perseverança nos objetivos planejados..

De acordo com Souza (2005), tais indivíduos devem possuir características psicológicas diferenciadas, além de entender e criar um leque de habilidades cognitivas e relacionais para lidar com o complexo processo de empreender, onde relevantes variáveis sociais (cultura, divisão e mobilidade social), econômicas (disponibilidade de crédito, taxas de juros, inflação), políticas, entre outras, impactam direta ou indiretamente nos resultados. Agregando concepções atuais na literatura, Mintzberg (2000) define a personalidade empreendedora como detentora de forte necessidade de realização, aliada à capacidade de alocar os recursos da empresa rumo a novos desafios e objetivos; de identificar oportunidades onde outros vêem problemas; espírito de liderança; desejo de arriscar e encarar a incerteza sem medo; e de buscar constantemente a inovação.

A palavra empreendedor (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo de acordo com Hisrish apud Dornelas (2005). Dornelas (2005) destaca dois mitos relacionados aos empreendedores: O primeiro mito é quando se referem aos empreendedores como “jogadores” que assumem riscos altíssimos. Porém na realidade o que acontece é que eles:

- Tomam riscos calculados;
- Evitam riscos desnecessários;
- Compartilham riscos com outros;
- Dividem o risco em partes menores.

O segundo mito acontece quando os empreendedores são chamados de “lobos solitários”, pois não conseguem trabalhar em equipe. Esse também é desmistificado, pois na realidade os empreendedores são:

- Ótimos líderes;
- Criam times/equipes;
- Desenvolvem excelente relacionamento no trabalho com colegas, parceiros, clientes, fornecedores e muitos outros.

Segundo Dornelas (2005) para que uma empresa possa vir a ter sucesso, é primordial que seu empreendedor seja um ótimo administrador, porém nem todo bom administrador possui as características e atitudes de um empreendedor. Na visão de Peter Drucker apud Simões Salim, Nasajon, Salim, Mariano (2004) o empreendedorismo é um comportamento e não um traço da personalidade.

Bernardi (2009) desmistifica também a idéia de que não é possível desenvolver o empreendedorismo, pois o indivíduo já nasce empreendedor. Para explicar que isso não é verdadeiro, ele toma como base uma análise mais criteriosa dos vários empreendimentos existentes, independente de sua etapa evolutiva. De acordo com sua análise, observou-se que existem várias circunstâncias que podem dar origem a um empreendimento e conseqüentemente ao surgimento do empreendedor, o que nem sempre está relacionado aos traços de sua personalidade. Essas circunstâncias são:

- O empreendedor nato;
- O herdeiro;
- O funcionário da empresa, frustrado em suas necessidades de realização pessoal, decide abrir um negócio próprio;
- Excelentes técnicos, com know-how sobre algum produto ou serviço;
- Vendedores, entusiasmados pela dinâmica de suas funções quotidianas;

- Opção ao desemprego;
- Desenvolvimento paralelo, o funcionário que estrutura-se entre amigos ou familiares e desenvolve um negócio derivado de sua experiência ou não;
- Aposentadoria.

Após analisar essas circunstâncias que levam ao surgimento do empreendedor, surge também uma análise segundo o GEM (2007) da existência de dois tipos de empreendedores: (i) aqueles que empreendem por necessidade e (ii) aqueles que empreendem por oportunidade. A necessidade está intrinsecamente relacionada, conforme Bergamini (1997) a um estado de carência, e, logo, pode ser considerada como a largada do comportamento motivacional. Nesse contexto, os indivíduos buscam incessantemente o atendimento de suas necessidades, estando motivados a satisfazê-las, buscando-se assim um estado de equilíbrio. Kets de Vries, Miller e Gimenez (1993 apud ROMA, 2006, p.54) declaram que, “Em função disso, o estudo da natureza dos indivíduos que constroem ou que dirigem uma organização é fundamental, uma vez que seus atributos pessoais refletem os atributos organizacionais da empresa que criaram/administram”.

Muitas teorias buscam explicar as necessidades do indivíduo. Dentre elas: a Hierarquia das necessidades de Abraham Maslow; Teoria ERC (Equidade, Reciprocidade e Competição) de Clayton Alderfer; a Teoria de Necessidades de McClelland; a Teoria das Necessidades Psicológicas Básicas de Fromm e a Teoria das Necessidades Manifestas de Henry Murray. A pesquisa realizada por Birley e Westhead (1992) propõe-se a catalogar as necessidades, especificamente dos empreendedores.

Nessa abordagem, as necessidades do empreendedor são alocadas em cinco grupos: a) aprovação; b) desenvolvimento pessoal; c) segurança; d) auto realização; e e) independência.

Qualquer organização é o resultado e a consequência dos ideais dos seus fundadores, que também acabam por determinar como cada um vai contribuir no sistema que está sendo montado (Krausz, 1981). Por sua vez, a capacidade de sobrevivência desta organização está diretamente ligada com a sua interação e com o ambiente em que está inserida, e isso, mais uma vez, está intimamente ligado à compreensão do comportamento organizacional da mesma forma que, mais uma vez, nos leva novamente à compreensão da própria natureza do fundador Roma, 2006).

Independentemente das circunstâncias que possam ter levando um empreendedor a iniciar o seu negócio, ele necessitará de algumas características que possam aperfeiçoar o seu comportamento empreendedor. Com base no Projeto PNUD/BRA/0032-SEBRAE, essas características são divididas em três conjuntos, e cada conjunto possui suas demais características de um comportamento empreendedor:

### I - Conjunto de Realização

- Busca de oportunidades e iniciativa
- Exigência de qualidade e eficiência
- Correr riscos calculados
- Persistência
- Comprometimento

### II - Conjunto de Planejamento

- Estabelecimento de metas
- Planejamento e acompanhamento sistemático
- Busca de informações

### III - Conjunto de Poder

- Persuasão e rede de contato
- Independência e autoconfiança

## **1.2 RAZÕES PARA INÍCIO DE UM EMPREENDIMENTO**

Apesar de um empreendimento, independentemente do seu porte ou ramo de atividade entre outros itens que podem caracterizá-lo poder ter iniciado suas atividades, oriundas de vários motivos, seja por oportunidade ou por necessidade por parte de seus empreendedores essas oportunidades que geram um possível nascimento de um empreendimento surgem conforme Bernardi (2009), da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo.

Empreendimentos também podem surgir muitas vezes por fatores relacionados com o gosto, habilidade ou pela própria necessidade do empreendedor. Porém deve-se ter bastante cuidado em iniciar um negócio baseado ou influenciado apenas por esses fatores, pois podem ser levados ao fracasso. Para minimizar esses riscos e saber reconhecer a verdadeira oportunidade para iniciar um negócio, Jeffrey Timmons apud Luecke (2007), descreveu quatro relevantes características que uma real oportunidade deve apresentar para que um empreendedor saiba identificá-la:

1. Criar valor significativo para os clientes ao resolver um problema importante ou atender a uma necessidade relevante pela qual eles estão dispostos a pagar;
2. Oferece um potencial de lucro significativo ao empreendedor e aos investidores – o bastante para cumprir as experiências de risco/recompensas;
3. Ajusta-se bem às capacidades do fundador e da equipe gerencial – isto é, algo em que tenham experiência e habilidades;
4. É durável, no sentido de que a oportunidade de lucro persistirá por um período razoável de tempo – isto é, não é baseado em uma moeda passageira, nem numa necessidade que desaparecerá rapidamente.
5. Uma quinta característica sugerida por Osborne Jr. apud Luecke (2007) é também de grande importância para ser identificada:
6. A oportunidade é passível de financiamento. Pode-se pensar que uma idéia comercial promissora sempre encontrará apoio financeiro, mas a experiência ensina o contrário: para ser uma oportunidade, essa idéia comercial promissora tem de ter mercado.

Quanto mais o empreendedor souber sobre o seu negócio, melhor preparado estará para reduzir os riscos do seu novo empreendimento, aumentando as chances de prosperidade da empresa no mercado inserido. Sendo assim, é cauteloso, não só saber as características de uma verdadeira oportunidade, mas também, procurar saber onde estão as melhores oportunidades para empreendimentos lucrativos. Luecke (2007) indica que essas oportunidades para empreendimentos lucrativos sempre estão abertas nas economias de livre mercado, e para melhor delimitar ele sugere que os melhores lugares são onde as coisas estão mudando e sob o radar de empresas grandes e poderosas.

### 1.3 FINANCIAMENTO DO EMPREENDEDORISMO

Independentemente do porte da empresa ela sempre irá necessitar de um recurso indispensável, que é o recurso financeiro. Qualquer plano de negócio de um empreendimento contará com esse requisito de fundamental importância para o desenvolvimento de cada fase que a empresa irá passar no decorrer do seu ciclo de vida. Segundo Bernardi (2009), esse financiamento pode ser feito mediante capitais próprios na totalidade, ou de parte em recursos de terceiros, de curto ou de longo prazo, como disponível.

Empreendedores que não possuem capital próprio, como economias pessoais ou uma segunda hipoteca da casa do fundador, precisam recorrer a investidores, e aí eles começam a encontrar as primeiras dificuldades para desenvolver suas empresas.

De acordo com Baron (2007) pesquisadores perguntaram aos empreendedores o que foi mais preocupante ou o que eles tiveram maior dificuldade no início das atividades de suas empresas. E a resposta mais comum entre eles foi exatamente o “levantamento de fundos”, ou seja, um financiamento para poder fomentar o começo das atividades de suas respectivas empresas. Essa barreira ocorre devido a duas problemáticas, a primeira é a assimetria de informações que ocorre quando os empreendedores sabem mais sobre as oportunidades do negócio do que os seus possíveis investidores. E a segunda é a incerteza, pois os novos empreendimentos são muito incertos, o que gera uma desconfiança para os investidores sobre a real oportunidade do negócio e se os seus respectivos empreendedores são profissionais capacitados, afinal são poucas as evidências reais.

Para tentar minimizar que o financiamento de um negócio não seja mais uma barreira para o início de um empreendimento, Luecke (2007) aconselha aos empreendedores que seja feita a seguinte pergunta: o seu negócio ou a sua idéia é passível de financiamento?

Afinal uma oportunidade de negócio para se tornar passível de financiamento deverá corresponder às características enunciadas por Timmons e atrás descritas.

## 1.4 INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO

“A inovação é a criação de coisas novas ou o rearranjar de coisas antigas mas de uma nova forma”, de acordo com Vance apud Sarkar (2007).

Para Baronet apud Filion e Dolabela (2000) diz-se que criatividade é a capacidade de fazer algo novo, remetendo o pensamento em grau de inovação. Essa criatividade não pode se resumir somente em inventar alguma coisa ou algum negócio a partir do zero, mas pode ser manifestada também pela imitação. Partindo desse princípio, um empreendedor pode descobrir uma nova forma de utilização de um produto ou serviço já criado uma vez por outra pessoa, possibilitando com isso, encontrar um novo mercado ainda não explorado e possivelmente desenvolver um modo mais rentável de produzir a mesma coisa.

Para negócios em especial, a criatividade ou inovação, se concretiza na percepção de uma oportunidade de:

- Novo produto/serviço;
- Melhoramento de um produto/serviço preexistente;
- Novo nicho de mercado;
- Um mercado inexplorado;
- Novo processo de produção (mais eficaz ou mais barato);
- Inovação na cultura ou na estrutura da empresa;
- Inovação em pesquisa e desenvolvimento;
- Nova fonte (mais barata) de matérias-primas;
- Novo tipo de financiamento;
- Nova maneira de se relacionar com o governo ou com a comunidade.

Devido ao fato de o empreendedor ter essa percepção dessas oportunidades, muitas vezes ele é chamado de “oportunista”.

Para Sarkar (2007), ao nível macro-econômico, a inovação está intimamente ligada ao crescimento econômico e do bem estar.

Na visão de Solow apud Sarkar (2007), os progressos tecnológicos tem grande impacto e muita influência no crescimento econômico, pois conseguem gerar mais empregos e melhoram a produtividade. Quando uma economia se torna mais inovadora,

permite maiores investimentos em pessoas, atraindo conseqüentemente profissionais altamente qualificados, e também mais investimentos em capital.

Segundo Baron (2007), foi revelado por pesquisadores que a mudança tecnológica é a fonte de maior importância de oportunidades de empreendedorismo de valor, pois viabiliza o surgimento de novos empreendimentos. Essas mudanças geram oportunidades empreendedoras, pois possibilitam que os empreendedores com suas devidas empresas façam seus produtos, serviços ou até mesmo a operação de seus empreendimentos, de forma nova e mais produtiva.

## **1.5 EDUCAÇÃO E TREINAMENTO**

Para que o novo formato mais produtivo seja absorvido pelas novas gerações e por aqueles que entendem o que fazer econômico como sistemático, é preciso que haja uma vontade humana para a renovação de conceitos, valores e perspectivas. O ser humano está em constante mudança, nada mais natural que esperar dos mecanismos de inserção social o mesmo ritmo e vontade de adequação contextual. Neste intento a educação e o treinamento são sem dúvida um dos alicerces para que a mudança seja satisfatória e produtiva. O empreendedor de sucesso que se quer atuando no meio econômico precisa ser forjado, dilapidado, moldado, educado e treinado nesse sentido.

Entretantes, existe um novo quadro que está sendo recentemente visualizado na prática do ensino, onde distorções ideológicas estão acontecendo. Trata-se apenas de um diagnóstico da doença que assola a educação e que tem características de praga, o que ainda não foi discutido e precisa sê-lo são as causas geradoras dessa doença, para verificar se trata-se de um fenômeno circunstancial ou é uma tendência maniqueísta da época. Já que dela surgirão as definições dos resultados. A incredibilidade; do processo de ensino/aprendizagem, da sociedade macro e micro, do caráter de cada um dos sujeitos que dela fazem parte. O quadro lembra uma “arena de gladiadores” onde partidos políticos disputam a paternidade da criança em épocas de eleição para depois, uma vez eleitos os seus candidatos, abandoná-la a sua sorte. Uma arena onde o poder público mergulha numa luta de vida ou morte para não se responsabilizar pela formação dos indivíduos. Ainda há a esperança de encontrar algum sinal de que a educação possa se libertar de seu pior inimigo – a escola - tal como ela existe hoje.

Para entender melhor o fenômeno, deve ser feita uma retrospectiva prévia de como funciona o pensamento humano, pois somente assim é possível compreender os

fatores epistemológicos que influenciam nas causas e os efeitos desse fenômeno do comportamento do homem e da sociedade.

A esse respeito o psicanalista Jorge Forbes opina:

A psicanálise, nesse caso, permite-nos indicar o elemento comum aos diversos fenômenos: uma quebra no ponto de referência da identidade humana. A identidade humana não é estável como a dos animais. Existe uma distância estrutural entre o homem e o mundo que o obriga a construir pontes. Quando falamos em eras, por exemplo, Antiga, Moderna, Pós-moderna, apontamos modos de constituição da identidade muito diferentes (2005, p.4).

Se em outras épocas os valores eram uns, hoje são outros, perderam-se os pontos de referência ou eles não servem neste contexto novo em que estamos. Na era da globalização são necessários novos pontos de referência que acompanhem a evolução do pensamento humano e a educação não foge à regra.

Esse novo cenário foi acompanhado paulatinamente pelo advento de novas ciências interdisciplinares como a sociolinguística, a psicolinguística e a análise de discurso – parâmetros distintos aos que até então hierarquizavam as idéias e as relações humanas. “Junto com as fronteiras nacionais, ruíram os ideais que organizavam as identidades. A ordem agora é horizontal: há um senso de igualdade e, portanto, uma certa indiferença aos valores hierárquicos” (Forbes, 2005, p.5)

Essa revolução no pensamento humano, pós-estruturalista, rompeu-se deixando tudo que estava organizado e metodicamente estruturado, seguindo modelos, na maior desordem. É, sem dúvida, a era da libertação das idéias das formas, corrente de pensamento nietzscheana que passa a colocar em primeira instância o porquê das coisas ao contrário do que a metafísica pregava colocando o objeto como o principal objetivo. Em suma, trata-se de uma era onde a reflexão a respeito das causas é a principal característica, vive-se num mundo mais reflexivo e que parece ser desse modo por estar construindo-se uma nova identidade para o pensamento humano. É o presente construindo o futuro.

“No mundo vertical, a maneira de experimentar a mudança envolvia um avanço do saber, como propôs Freud, simplesmente porque o homem tinha um objetivo marcado, um futuro marcado, e seu sofrimento era a dificuldade de alcançá-lo. Esse não é o mundo do séc. XXI e a psicanálise não pode permanecer assim. Nosso tempo pede um novo “software” que opere além do Édipo. O fundamental hoje não é fazer a pessoa buscar uma nova palavra

quanto a seu mal-estar, mas, sim, buscar a conseqüência da sua palavra. Para a psicanálise, agora, “esperar não é saber” – como cantou Vandrê” (Idem, 2005, p. 9)

Para Forbes “o formador de opinião é aquele que interpreta o presente e o futuro é uma interpretação do presente: uma invenção” (Forbes, 2005, p.11). Boa maneira de encarar a globalização ao invés da mera absorção do fato, atitudes como essa apontam para uma nova consciência política, porque educar é um ato político, um ato indispensável na formação da nova identidade dos indivíduos. Exige a sua identificação específica dentro de seu habitat antes de se reconhecer como uma individualidade global. De igual forma este pensamento inovador pede a compreensão dos fatos não mais como partes isoladas, mas como um contexto macro. O ato de educar não é um fato isolado, nem está delimitado geograficamente ou culturalmente, é um fato global, que cresce de igual forma que a globalização o faz – horizontalmente. É um fato compartilhado em menor ou maior grau com o resto do mundo.

Quanto à globalização, direi apenas: estou entre aqueles que aceitam a distinção entre uma era agrícola, uma era industrial e uma era globalizada, atual. Vejo a globalização como um novo paradigma de organização incompleta, fragmentada, com o qual temos que nos haver. Nela, não nos cabe mais ficar debatendo razões: cabe-nos aproveitar os acontecimentos para interpretar o mundo de novas maneiras, favoráveis ao ponto ou à amarração que queiramos dar às questões como o Tercio percebeu. Por isso terminei dizendo que, na globalização, o futuro não está marcado. (Forbes, 2005, p.11).

Nesse contexto a incógnita que paira entre os agentes do processo social diz respeito ao preparo que se está dando aos indivíduos para lidarem nessa reorganização social. Este processo de inserção inevitável no meio global onde deve-se encarar os gigantes do outro lado do mesmo emisfério. É claro que as características de ambos são diferenciadas, enquanto por lá a educação é direcionada para criar indivíduos competitivos, deste lado a educação continua sendo a mesma de quando os jesuítas chegaram – bancária –. Mesmo após ter sido deflagrada a nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação, seguida dos Parâmetros Curriculares, que pintam um quadro diferente da educação praticada nas escolas, criando desta forma, uma “pseudo” educação que não acontece, continua-se formando indivíduos acomodados, sem senso crítico e que saem das escolas assustados, amedrontados e com um único objetivo - encontrar um porto seguro -.

...Em outras palavras, propõem que a escola organize o ensino de modo que o aluno possa desenvolver seus conhecimentos discursivos e lingüísticos, sabendo: (...) expressar-se apropriadamente em situações de interação oral diferentes daquelas próprias de seu universo imediato (...) No convívio social, o aluno pode aprender a resolver conflitos em situações de diálogo, pode aprender a ser solidário ao ajudar e ao ser ajudado, pode aprender a ser democrático quando tem oportunidade de dizer o que pensa, submeter suas idéias ao juízo dos demais e saber ouvir as idéias dos outros (PCNs) (grifo nosso)

A educação não ensina o indivíduo a ter discurso próprio, ele apenas repete e memoriza para repetir com exatidão. Não está preparado para lidar com situações de conflito, ele foge do conflito, encontra um “jeitinho” de evitá-lo. Não entende a derrota como aprendizado, a enxerga como vergonhosa. Não sabe escutar negativas, não desenvolve a habilidade comunicacional, por isso não sabe dialogar. A meta deste indivíduo é quantitativa como quantitativas são as exigências governamentais. O rendimento das instituições é medido pelo número de aprovações em todos os níveis – fundamental, médio e universitário – é com essa visão enganosa que esses indivíduos crescem e se tornam adultos almejando o tão sonhado diploma, pois a ideia desse documento é vendida de forma errônea pelas próprias instituições de ensino e pelas políticas educacionais que por meio de programas de acessibilidade e de inclusão social vendem a ideia de que se trata de uma passagem para o sucesso pessoal e profissional. Quando na verdade o diploma é apenas um meio e não um fim, quando o diploma não significa nada se não se tem habilidade e capacidade no quefazer profissional, quando o diploma não está dissociado da performance pessoal, do caráter, do espírito, da ética e até dos cuidados da sua imagem física.

O grande desafio é contextual, não está estancado nos muros da escola, ele dilacera as entranhas familiares, sociais, históricas, climáticas e geográficas como demonstra este estudo em específico, abrange o âmbito governamental, religioso, cultural. Pois o indivíduo esta impregnado de tudo isso e, é de tudo isso que depende o surgimento ou não do empreendedor que cada um tem dentro de si.

Quando chega o treinamento destes indivíduos na fase adulta, após terem sido educados completamente em sentido contrário ao de um empreendedor o meio empresarial surpreende-se com o baixo resultado das longas horas onde especialistas tentam de todas as formas tirar de dentro de cada um o empreendedor “anos luz” distante. Sem perceber que em quanto este treinamento for pontual e estiver sempre copiando modelos de contextos diferentes, nada do que se espera ira acontecer.

Trata-se de compreensões diferentes do mundo e da realidade e, por isso exigem enfoque diferenciado no treinamento que lhes é dado, mesmo assim, o resultado será minado pela falta de coesão entre os discursos das políticas públicas que engatinham na praxis da interdisciplinaridade como ferramenta para o sucesso operacional de seus programas. Que ainda não compreendem o homem como um todo, ainda o dividem em partes separadas como se estivesse se tratando de uma montagem.

É fácil constatar essa afirmação pois o dia-a-dia joga no ventilador problemas que decorrem dessa falta de coesão entre as políticas que deveriam ser solucionáticas ao invés de problemáticas. Isso demonstra que o treinamento deve se ater *a priori* pela compreensão contextual de quem vai ser treinado e pela capacitação etnológica do treinador. Mais do que números e porcentagens como a área da administração tem focado seu viés no trato que se dá à questão do empreendedorismo, é preciso que se veja o que existe por trás desses números e gráficos – o ser humano, o cidadão, o empreendedor em potencial que existe em todos.

## 2 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O Brasil se destaca por se apresentar como um dos dez países de maior nível de empreendedorismo mundial e, ao longo dos anos, cresce a percepção de que o desenvolvimento da atividade empreendedora pode ser considerado um dos fatores decisivos para o desenvolvimento econômico do país. Silva (2007) afirma ainda que,

O sistema social ofereceria, igualmente, as mesmas oportunidades para todos, mas como a vontade e a liberdade são apresentadas por John Locke (1632-1704) como potências do sujeito, algumas pessoas aproveitam melhor o exercício do livre-arbítrio e atingem níveis mais elevados de progresso social. A responsabilidade de cada um pelos seus atos legitimaria a condução do processo pelo Estado Absolutista, que neste caso apenas assume a função regulatória diante da propriedade e da pessoa. O trabalho seria o elemento de ligação entre o indivíduo “consciente” e a propriedade. Para o pensador “os homens eram livres e iguais na medida em que tinham propriedades a zelar.”

**Quadro 1:** As vantagens de ser empreendedor

Vantagens de ser empregado de alguma empresa	Vantagens de ser dono do próprio negócio
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Você não corre risco financeiro</li> <li>• Você tem o seu salário mensal</li> <li>• você goza de relativa proteção e segurança do seu empregador</li> <li>• As decisões estratégicas são tomadas pelos dirigentes da empresa</li> <li>• Você não precisa se preocupar com os negócios da empresa</li> <li>• Você tem férias garantidas</li> <li>• Você tem benefícios sociais pagos pela empresa</li> <li>• Você pode aspirar a uma carreira dentro da organização</li> <li>• Você pode aspirar a uma participação nos resultados</li> <li>• Você não precisa quebrar a cabeça com soluções de problemas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Você é o empreendedor da própria atividade, é o dono da bola</li> <li>• Você não precisa seguir ordens alheias</li> <li>• Você faz o que acha que deve ser feito, ou seja, escolhe os caminhos</li> <li>• Você toma as decisões estratégicas</li> <li>• Você pode ter um progresso financeiro muito maior (ou muito menor)</li> <li>• Você constrói algo totalmente seu</li> <li>• Você satisfaz seu espírito empreendedor</li> <li>• Você é o “cabeça” do negócio</li> </ul>

Fonte: Chiavenato, 2007

De acordo com informações publicadas pelo SEBRAE (2007) confirmam a relevância do empreendedorismo para a economia nacional: as micro e pequenas empresas representam 41% dos empregos no Brasil. No entanto, grande parte dos novos

empreendimentos não têm sucesso por uma série de fatores, dentre os quais, destaca-se a motivação inicial do empreendedor juntamente com os fatores que o levaram a iniciar o negócio, e até provavelmente, a natureza da fonte de oportunidade identificada e a forma como ela foi abordada pelo empreendedor.

Segundo dados do IBGE, em 2002, as micro e pequenas empresas representavam 99,2% do total de 4, 918 milhões de empresas no Brasil. Apesar disso, o índice de fechamento de empresas com até dois anos de abertura é altíssimo, chegando a 49,4% segundo pesquisas feitas pela Fundação Universitária de Brasília (FUBRA), a pedido do SEBRAE Nacional (SEBRAE, 2004).

Este fato indica que o interesse por abrir um negócio, seja ele por qual motivo for, é grande no país. No entanto, parece que a população não está preparada para enfrentar as realidades de mercado que estão relacionadas com o sucesso de qualquer empreendimento (SOUZA; GUIMARÃES, 2005).

Chiavenato (2007) afirma que as causas mais comuns de falha nos negócios são as que estão descritas na Figura 2 a seguir:

**Quadro 2:** As causas mais comuns de falha nos negócios

<b>Fatores econômicos — 72%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incompetência do empreendedor</li> <li>• Falta de experiência de campo</li> <li>• Falta de experiência gerencial</li> <li>• Experiência desequilibrada</li> </ul>
<b>Inexperiência — 20%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lucros insuficientes</li> <li>• Juros elevados</li> <li>• Perda de mercado</li> <li>• Mercado consumidor restrito</li> <li>• Nenhuma viabilidade futura</li> </ul>
<b>Vendas insuficientes — 11%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fraca competitividade</li> <li>• Recessão econômica</li> <li>• Vendas insuficientes</li> <li>• Dificuldade de estoque</li> <li>• Localização inadequada</li> </ul>
<b>Despesas excessivas — 8%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dívidas e cargas demasiadas</li> <li>• Despesas operacionais elevadas</li> </ul>
<b>Outras causas — 3%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negligência</li> <li>• Capital insuficiente</li> <li>• Clientes insatisfeitos</li> <li>• Fraudes</li> <li>• Ativos insuficientes</li> </ul>

Fonte: Adaptado de Dun & Bradstreet Corporation: Business Failure Record, 1986 Final and 1987 Preliminary, New York, The Dun & Bradstreet Corp. 1988 apud Chiavenatto, 2007

De acordo com o SEBRAE (2007), apesar de ser um dos dez países de maior nível de Empreendedorismo no mundo, a grande maioria destes novos empreendimentos no Brasil não alcança o sucesso, ou pior, fracassam nos primeiros anos de existência.

O potencial de contribuição substancial de um empreendimento para a economia pode vir a ser afetado antes de qualquer outro fator, pelo tipo de motivação presente no empreendedor no momento que decide iniciar um negócio. Empreendimentos iniciados por necessidade, muitas vezes pela simples falta de opção do indivíduo ou mero desejo pessoal de ser seu próprio chefe, podem levar o novo negócio ao insucesso (GEM, 2007). No Brasil, conforme pesquisas GEM 2007, demonstram que 43% dos empreendimentos são motivados pela necessidade.

O relatório do GEM 2006 (apud Bosma e Harding, 2007 apud Santos et al, 2007, p.56) indica que:

o empreendedorismo por necessidade é mais ocorrente nos países (ou regiões) em que apresentam rendas medianas. Portanto, os que empreendem por necessidade, são aqueles que localizam-se em regiões onde oportunidades de trabalho são insatisfatórias ou inexistentes. No grupo de países considerados de renda mediana, a motivação de empreender por ter identificado uma oportunidade apresentam as porcentagens mais baixas, com destaque para Croácia, Brasil e Filipinas, reafirmando a alta taxa de empreender por necessidade destes países.

No Brasil, o processo de abertura econômica e inserção do país no mercado globalizado na década de 90, revela uma reestruturação produtiva forçada e urgente – para responder à forte concorrência externa – que teve por conseqüências: fechamento de fábricas, terceirização, subcontratação, renovação tecnológica, reorganização de processos produtivos e a intensa redução do quadro de funcionários (Costa, 2003).

Segundo os dados do DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (2001), tal processo resultou na extinção de mais de 1,5 milhões de empregos entre 1989 e 1999. Com isso, Antunes (2002) revela que muitos trabalhadores, principalmente aqueles não absorvidos pelo setor de serviços ou comércio, vêm-se obrigados a buscar opções de emprego em condições totalmente adversas e, por isso, acabam realizando trabalhos temporários para subsistência, atuando como autônomos, ou sendo migrados para a informalidade, onde as condições são ainda mais precárias (Klechen et al, 2007).

Neste contexto de relações de emprego tênues, com muita insegurança e remuneração inconsistente para os indivíduos, emergem os empreendedores por necessidade, estabelecidos como indivíduos que desenvolvem um negócio próprio, determinado pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda (SEBRAE, 2005).

Tais empreendedores, de acordo com as estimativas do GEM (GEM, 2006), sinalizam cerca de metade do contingente do país – uma taxa extremamente alta se comparada aos países desenvolvidos – e têm presença destacada nos países em desenvolvimento, especialmente em função dos obstáculos de inserção no mercado de trabalho.

Nos últimos anos, a atividade empreendedora tem revelado grande destaque no Brasil, sendo que entre 2001 e 2005, o país ocupou posição de destaque no *ranking* mundial, com uma taxa de empreendedores iniciais na população adulta – 18 a 64 anos – entre 14,2% e 11,3% (SEBRAE, 2005).

Entretanto, para Pamplona (2001), a concepção do empreendedor que vislumbra oportunidades em nichos de mercado ou deseja obter vantagens em termos de qualidade de vida e flexibilidade, muitas vezes não é aplicável ao caso brasileiro, pois boa parte dos novos negócios é desenvolvida com o propósito de prover renda mínima para o sustento ou como resposta à falta de oportunidade no mercado de trabalho assalariado formal.

De acordo com o relatório executivo do empreendedorismo brasileiro, entre 2001 e 2005, o número de empreendedores por necessidade no Brasil, evoluiu de 40% para 47%, atingindo o ápice de 55% em 2002. A grave situação de desemprego e a precariedade dos serviços de assistência e bem-estar social, segundo o SEBRAE (2004a), revelam o fato do país registrar esta taxa significativa, com um grande contingente alijado do mercado de trabalho sendo forçado a buscar a criação de empreendimentos como alternativa de sobrevivência.

A questão do empreendedorismo por necessidade repercute ainda nos problemas de distribuição de renda e acesso à escolaridade e qualificação da mão-de-obra no país, dado que 43% dos empreendedores por necessidade não apresentam qualquer escolaridade ou freqüentaram o sistema de ensino por apenas um a quatro anos e apenas 4% estudaram por mais de onze anos. Dentre os empreendedores por oportunidade, entretanto, apenas 19% estudaram de um a quatro anos (58% entre cinco e onze anos e 23% mais de onze anos). No que trata da relação à renda auferida, 65% dos empreendedores por necessidade recebem menos de três salários mínimos por mês (contra 40% dos empreendedores por oportunidade) e apenas 9% recebem mais que seis salários mínimos (contra 26% dos empreendedores por oportunidade).

A distribuição dos novos empreendimentos por setor de atividade entre 2002 e 2005 sinaliza que os serviços orientados ao consumidor são os mais procurados pelos empreendedores iniciais, no entanto a proporção de empreendedores que conseguem se estabelecer neste tipo de atividade é significativamente menor. Isto indica que os negócios são abertos, muitas vezes, sem grandes diferenciais ou inovações e têm considerável dificuldade de obter sucesso no mercado, sendo possível inferir que são altamente procurados devido à baixa necessidade de investimento inicial e relativa facilidade de acesso<sup>3</sup>; sendo relevante ressaltar que 82,3% dos empreendedores iniciais revelam que nenhum de seus consumidores considera seu produto inovador e 30% não receberam qualquer tipo de orientação quando iniciaram o negócio.

Tais resultados evidenciam uma realidade anteriormente revelada por Pamplona (2001) no que trata das dificuldades enfrentadas pelos empreendedores em nosso país, de efetivamente vislumbrarem uma boa oportunidade no mercado e realizarem análises e planejamento mais aprofundados; sendo a maioria deles motivados por necessidade. Ao mesmo tempo, a falta de conhecimento e a impossibilidade de esperar algum tempo para implementar o negócio (devido à urgência no recebimento de proventos) fazem com que as idéias sejam implementadas sem maiores análises financeiras e mercadológicas e isso impacta na elevada taxa de mortalidade de novas empresas – 49,4% para empresas com até dois anos de existência e 59,9% para aquelas com até quatro anos – registrada pelo Sebrae (2004).

Em síntese os múltiplos fatores revelados anteriormente levam Pamplona (2001) a dizer que o empreendedorismo no Brasil identifica-se muito mais com a parcela pobre da população urbana, revelando a precarização do trabalho e as dificuldades de acesso ao mercado de trabalho assalariado, colaborando ainda mais para a polarização social. Além do mais, Brum (2003) evidencia que, ainda que existam alguns casos de sucesso, estes não devem ser tomados como base para afirmar que o empreendedorismo é uma solução viável e acessível para todos.

Com a transformação no cenário do mercado de trabalho gerada pelo advento dos novos modelos organizacionais mais enxutos, a redução de postos de trabalho e a restrição do papel do Estado como promotor do bem-estar social, o empreendedorismo emerge como uma alternativa ao emprego formal. No Brasil, por exemplo, mesmo com posição de destaque no ranking mundial de países empreendedores, muitos empreendem por falta de oportunidade, na busca de suprir necessidades básicas.

O empreendedorismo por necessidade revela ser ainda mais significativo no mercado informal, no entanto ingressar na informalidade – solução encontrada por profissionais de baixa qualificação educacional, idade avançada e outras limitações que fazem com que sejam considerados “não-empregáveis” pelas organizações – procurando evitar as dificuldades enfrentadas para manutenção de um negócio formalizado, dificilmente proporciona as condições necessárias para inclusão social destes trabalhadores.

## 2.1. PERFIL DOS EMPREENDEDORES NO BRASIL

A análise do perfil dos empreendedores realizada neste item envolve alguns de seus fatores físicos e comportamentais. No que trata dos aspectos físicos, verifica-se que a maior parte dos empreendedores são homens, independente do estágio do empreendimento. Os empreendedores iniciais são jovens, possuindo entre 25 a 34 anos (GEM, 2006).

De acordo com o autor Castells (1999), o feminismo constitui um dos movimentos atuais que busca a transformação das relações humanas em seu nível básico, dentre essas transformações a de maior impacto na última década está o fim da família patriarcal, principalmente no Ocidente.

Sendo assim, conforme pesquisa do GEM 2007, as mulheres contribuem com uma parcela significativa quando falamos em empreendedorismo por necessidade no Brasil. Elas absorvem 63% do total de pessoas que fundam uma empresa porque não tem outra fonte de renda, ou seja, o fator necessidade. No ranking do empreendedorismo por oportunidade elas são 46%. De acordo com os coordenadores da pesquisa, a contribuição das mulheres é maior quando o empreendedorismo é motivado por necessidade, em função de que nos países de baixa renda as mulheres necessitam desenvolver alguma atividade para complementar os ganhos familiares. No *ranking* feminino de empreendedoras, o Brasil surge na sexta colocação, atrás de Portugal (49%), Peru (48,2%), Estados Unidos (47,4%), África do Sul (47,2%) e Equador (45,1%) (GEM, 2005).

Estudos recentes (GEM, 2007; Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2007) procuram identificar as principais razões que levam indivíduos a participar de atividades empreendedoras, pois o potencial de contribuição substancial de um empreendimento para a economia pode vir a ser afetado antes de qualquer outro fator, pelo tipo de motivação presente no empreendedor no momento que decide iniciar um negócio. Empreendimentos iniciados por necessidade muitas vezes pela simples falta de opção do indivíduo ou mero desejo pessoal de ser seu próprio chefe, podem levar o novo negócio ao insucesso (GEM, 2007). No Brasil, recentes pesquisas demonstram que 43% dos empreendimentos são motivados pela necessidade.

## 2.2 RAZÕES PARA INÍCIO DE UM EMPREENDIMENTO NO BRASIL

Há diversas razões que levam o indivíduo a iniciar um empreendimento, entre eles: o desemprego, a necessidade de aprovação, de independência, de desenvolvimento pessoal e o desejo de colaborar para o bem estar próprio e da família. O ato de empreender viabiliza a inserção ou retomada da condição de integrante na geração e transmissão de conhecimento e de informações que procedem de suas habilidades e necessidades de atendimento das demandas do mercado e da profissão.

Este cenário é reafirmado pelo GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) que, em 2007, realizou um estudo a respeito do empreendedorismo em contexto global considerando a medição da TEA, (Total Entrepreneurial Activity) definida como a porcentagem da força de trabalho que está ativamente iniciando novos empreendimentos ou é proprietária/ gerente de negócios cujo período de existência é inferior a 42 meses.

Neste estudo realizado por esta instituição, o Brasil assumiu a sétima colocação no ranking, com uma TEA de 11,3 % em termos de empreendedores iniciais, resultado que ressalta uma aparente queda se comparado aos anos anteriores. Genericamente, o índice de empreendedorismo no Brasil vem oscilando em torno de 13% nos últimos anos. Essa oscilação, conforme este estudo recebe influências da redução na taxa de empreendedores emergentes ao longo dos anos e pelo fato das taxas de empreendedores novos estarem praticamente estabilizadas – característica de países com negócios razoavelmente maduros (10 a 15 anos).

Em 2008 Brasil alcançou a 13<sup>a</sup> posição no ranking mundial de empreendedorismo desenvolvido pelo GEM em 2008. A Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) brasileira foi de 12,02 o que sinaliza que de cada 100 brasileiros 12 desenvolviam alguma atividade empreendedora até o momento da pesquisa. Tal taxa está relativamente bem perto da média histórica brasileira, que é de 12,72. Ineditamente desde que a pesquisa foi iniciada no Brasil, o país foi excluído do grupo dos dez países com maiores taxas de empreendedorismo. A transformação é devida especialmente à alteração no conjunto de países integrantes da pesquisa GEM 2008 e não sinaliza uma piora relativa do Brasil. Países como Bolívia, Angola, Macedônia e Egito desempenharam a pesquisa GEM pela primeira vez no anos de 2008 e ocuparam posições entre os dez países com as maiores taxas de empreendedorismo. A TEA evidenciada pelo Brasil em 2008 ficou próxima das taxas alcançadas por Uruguai

(11,90) e Chile (13,08) e semelhante também às apresentadas por Índia (11,49) e México (13,09).

No entanto, estima-se que o Brasil apresenta um contingente de 13 milhões de empreendedores, perdendo apenas para os Estados Unidos, em 2005. Este estudo mostra ainda que, 15% dos empreendedores estão à frente de negócios em estágio nascente, em outras palavras, com menos de três meses de vida, e cerca de 85% administram negócios com tempo de vida entre três e 42 meses.

Outro aspecto suscitado pela pesquisa no que trata da motivação para empreender no Brasil (por oportunidade ou por necessidade). Segundo o GEM, a percepção de oportunidades suscita a maioria dos negócios, porém este fator é mais significativo nos países de maior renda do que em países de renda média. Além disso, o GEM sugere que existe relação entre a motivação predominante para empreender em um país e as chances de sobrevivência dos novos negócios e, ao simultaneamente, essas são superiores em países onde os empreendimentos orientados por oportunidades (Sarkar, 2007).

### **2.3 INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO**

Dentre os países que executaram a pesquisa GEM em 2008, o Brasil revela-se com uma das mais baixas taxas de lançamento de produtos novos (desconhecidos para o consumidor) e de utilização de tecnologias disponíveis há menos de um ano no mercado. Tal informação revela que o Brasil consiste num dos países cujos empreendimentos novos e estabelecidos têm um limitado potencial tecnológico. No que trata dos empreendimentos iniciais, o Brasil é o 42º, e para os empreendimentos já estabelecidos é o 38º em um *ranking* de 43 países. Apenas 3,3% dos empreendimentos possuem capacidade de lançar produtos novos para os consumidores. O curioso é que os empreendimentos iniciais dos países da América Latina (Chile, Argentina, Uruguai e Peru) estão entre os primeiros no *ranking* de lançamentos de produtos novos para os consumidores.

Levando em conta os países pesquisados constata-se uma equivalência entre os empreendedores que revelam que seus produtos serão considerados novos e desconhecidos (49%) e os que declaram que os consumidores considerarão os produtos conhecidos (51%). (GEM, 2006)

Dos empreendedores latino-americanos que estão na liderança de negócios cujos produtos são tidos como novos e desconhecidos por parte dos consumidores, 69% deles são motivados por oportunidade e 31% por necessidade (GEM, 2006).

A maior parte dos empreendimentos que surgiram em 2007 no Brasil concentrou suas atividades nos serviços prestados aos consumidores. O setor de serviços apresentou uma queda em 2006 e posterior recuperação em 2007 (54,1%). Tal informação foi constatada pelo GEM (GEM 2007), pesquisa que afere as taxas do empreendedorismo mundial (SEBRAE, 2008).

Dentro dos serviços prestados nessa categoria, a maior parte atrela-se à comercialização de alimentos e roupas no varejo. Tal tipo de atividade elevou-se 36% de 2006 a 2007. Outras atividades ainda colaboraram para o crescimento das atividades de serviços em 2007: bares e lanchonetes (56%) e tratamentos de estética e beleza (66%). O investimento nessas atividades se dá, na sua maioria, pela possibilidade do uso de ferramentas computacionais, que agilizam o processo e apresentam uma maior produtividade. Nesse mesmo período, outras atividades tiveram perdas consideráveis, como prestação de serviços de reparação de escritório e informática (59%) (SEBRAE, 2008).

Outro setor que cresceu em 2007 nos estados brasileiros foi o de transformação (29,7%), com exceção para: Rio de Janeiro, crescimento de apenas 2,1%, em função do baixo desempenho das indústrias de borracha e plástico, perfumaria e produtos de limpeza e metalurgia básica; e Rio Grande do Sul, com 4,2%, devido ao baixo desempenho da indústria de máquinas e equipamentos, peças e acessórios e produtos de metais vinculados ao setor agrícola, além da indústria química. O comportamento dessas atividades no setor de transformação impacta o grau de atração por novos negócios (SEBRAE, 2008).

A pesquisa GEM 2007 revela ainda que os empreendedores iniciais dentro desses setores empreendem mais por oportunidade do que por necessidade nos serviços orientados aos consumidores, 3,7% e 2,9%, respectivamente; setor de transformação, 2,1% e 1,5%; e serviços orientados às empresas 1,1% e 0,6%. A exceção foi o setor extrativista no qual a maior motivação foi por necessidade 0,2% e 0,1%, por oportunidade (SEBRAE, 2008).

## 2.4 EDUCAÇÃO E TREINAMENTO NO BRASIL

Os dados da pesquisa GEM Brasil 2008 especificamente fica evidenciado que, mesmo sendo o empreendedorismo assunto de interesse nos âmbitos empresarial, político e acadêmico devido à sua relevância para o desenvolvimento econômico de um país, se conclui que grande parte dos empreendedores nacionais, o equivalente a 90%, não fez parte de atividades que tratam da abertura de negócios em qualquer tempo, seja ao longo de sua formação educacional formal, nos níveis de ensino fundamental, médio e superior, ou ainda, através da participação em atividades dessa natureza em modalidades educacionais diversas (independentes da educação formal). Quando considerados os não-empreendedores esse percentual é elevado para 94%.

Tal contexto impacta, parcialmente, a própria dificuldade que o setor educacional brasileiro encara para satisfazer às demandas originadas das novas tecnologias da educação e do conhecimento, como também da exclusão social e das desigualdades de desenvolvimento, típicas de um processo de mudança socioeconômica e política.

Dessa forma, o desafio das instituições de ensino nacionais é desenvolver os docentes para usarem as novas tecnologias educacionais, além de inovarem o processo didático e metodológico em prol da realização de um processo de ensino e aprendizagem efetivo, com a finalidade de capacitar cidadãos preparados para tomar decisões com certa autonomia e criatividade, com base em sua escolha de sua trajetória de aprendizagem.

Nesse caso, a questão central vai além da preocupação com a construção do conhecimento e remete para a relevância de se desenvolver um ambiente apropriado ao desenvolvimento de competências capaz de tornar as pessoas habilidosas no processo de planejar suas ações com criatividade e inovação em redes sociais, com autonomia (Souza; Castro-Lucas, 2008). Nesse cenário, a expressão competências é compreendida como a capacidade da pessoa para agir em situações de incerteza por meio do conhecimento, habilidade e atitude, alcançando não somente aspectos técnicos, mas ainda sociais e afetivos voltados ao trabalho e à vida pessoal (Durand, 1998; Zarifian, 1999). Para isso, mais do que implementar estratégias gerenciais de infraestrutura, tecnológica e externa, tais como as redes sociais; o papel do docente como agente inovador é essencial nas comunidades de ensino para fomentar a formação de pessoas

com valores e perfil inovador, indispensáveis ao papel do empreendedor em qualquer sociedade (Souza; Castro-Lucas, 2008).

Sem embargo das deficiências do sistema educacional nacional, há algumas iniciativas difundidas nas escolas brasileiras – motivadas, certamente, pelas transformações na política educacional com base na homologação das Leis de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), em 1996 –, no mercado de trabalho e na própria cultura da sociedade brasileira. A política educacional brasileira está centrada na formação generalista, cuja educação decorre pela concepção dos componentes científicos, tecnológicos, socioculturais e de linguagens, além da relevância de se ter presente em todo o processo da formação educacional o aprender a aprender e o aprender a fazer, sendo tais direcionamentos indicadores da recente mudança da orientação educacional. Então, com base na ênfase na formação generalista do educando, deve-se educar para que o cidadão seja capaz de lidar com condições econômicas, sociais e políticas adversas em um contexto de economia globalizada. Nesse caso, a educação profissional transcende a fase do repetidor de processos para capacitar jovens e adultos com conhecimentos, habilidades e atitudes apropriadas às atuais condições do mundo do trabalho (BRASIL, 1996).

Outra transformação está relacionada à oferta da educação profissional como alternativa de continuidade da formação secundária do educando, por meio de cursos técnicos, em nível de pós-médio ou cursos superiores de tecnologia. Estes últimos tipos de cursos, ainda que de nível superior, diversificarem-se dos cursos tradicionais por apresentarem menor duração e a preocupação em preparar um profissional que satisfaça áreas específicas e necessidades de mercado. Geralmente, os discentes que entram nesses tipos de cursos apresentam realidades diferentes, mas com interesses comuns. Alguns já trabalham na área e procuram melhorar sua qualificação profissional, outros não trabalham na área, mas desejam se qualificar para disporem de novas alternativas no mercado, e há os que estão fora do mercado de trabalho e necessitam de uma rápida qualificação para se inserirem nele.

As instituições federais de ensino técnico, que por tradição formam profissionais para suprirem às necessidades de mercado, nos níveis secundário e técnico, optaram pela continuidade do trabalho de formação técnica em nível de pós-médio. Já as demais instituições de ensino, por atuarem com os níveis: secundário, de graduação e de pós-graduação, passaram a oferecer os Cursos Superiores de Tecnologia.

## **2.5 FINANCIAMENTO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL**

É importante observar a forma que o empreendedorismo brasileiro, conforme pesquisa GEM 2007, fomenta o início de suas atividades. Fundamentalmente, a partir de recursos próprios dos empreendedores, com apoio de parentes, e os montantes utilizados para abertura dos negócios em geral são muito baixos.

Dos empreendedores em estágio inicial, 55% afirmam que o investimento inicial é inferior do que R\$ 2.000,00 para a abertura de seu negócio. Vale ressaltar que nessa mesma pesquisa constatou-se que pouco mais de um terço destes afirmam não necessitar de recurso algum para iniciar o empreendimento.

O valor médio necessário para iniciar um novo negócio entre todos os países participantes da pesquisa do GEM 2006, é de US\$ 12.500,00, já no Brasil o valor médio é de US\$ 6.614,00, sendo que a metade desse montante é provida pelo próprio empreendedor.

Conforme a pesquisa do GEM 2007, no Brasil um empreendimento conduzido por um empreendedor motivado por oportunidade requer em média R\$ 13.000,00, valor 2,3 vezes superior ao requerido para empreendimentos motivados por necessidade.

## **2.6 FATURAMENTO MENSAL DOS ESTABELECIMENTOS EMPRESARIAIS**

Na atualidade as micro e pequenas empresas (MPE), que são aquelas com faturamento bruto anual entre R\$ 244 mil (micro) e R\$ 1,2 milhão (pequenas) representam cerca de 98% das empresas formais brasileiras. Elas são nacionalmente identificadas como ferramenta de desenvolvimento econômico e social, produtor de renda e emprego. Representam aproximadamente 4,5 milhões de micro e pequenas empresas formais e um número bastante superior de informais, responsáveis por quase 45% da força de trabalho ocupada, com 57% do emprego na área de serviços e mais de 50% no comércio.

Os dados constataam que as causas da alta mortalidade das empresas no Brasil estão fortemente atreladas, em primeiro lugar, a falhas gerenciais na condução dos negócios, seguida de causas econômicas conjunturais e tributação.



### 3 EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE

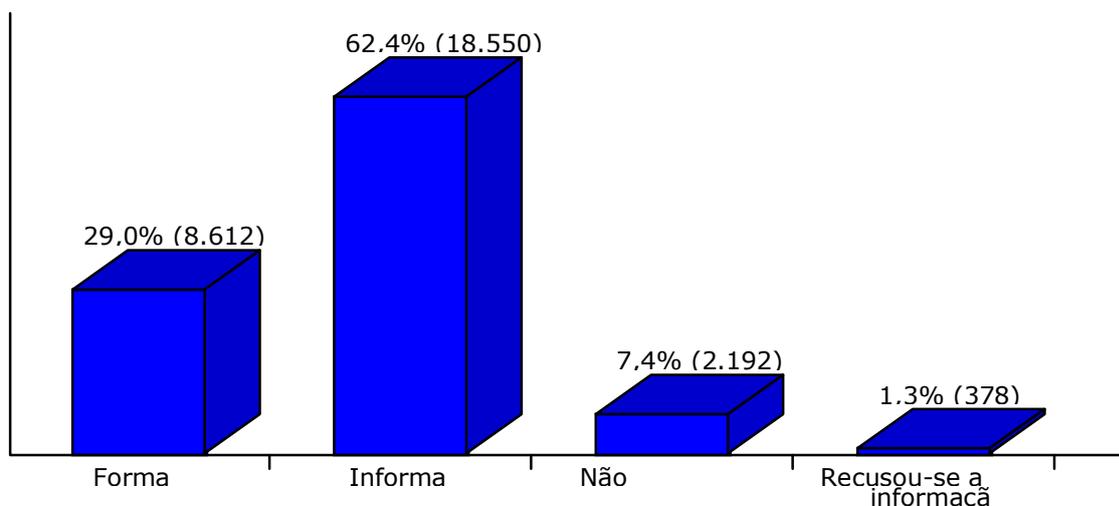
A capital do Amazonas, Manaus, devido sua localização geográfica apresenta dificuldades de ordem logística, econômica, financeira, cultural e de infra-estrutura, conseqüentemente dificulta o desenvolvimento para as MEs - Micoempresas e EPPs Empresa de Pequeno Porte, ou seja, para o empreendedorismo da região.

Para melhor esclarecer a grandeza do estado do Amazonas, de acordo com o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística\*, ela é proporcional a de um continente. Falando especificamente em espaço territorial possui uma área total de 1.577.820 Km<sup>2</sup>, o qual é dividido em 62 municípios, Manaus possui uma população de 1.646.602 habitantes. O Amazonas possui a maior floresta equatorial do planeta, uma das menores densidades demográficas do mundo (2,06 habitantes por Km<sup>2</sup>) e o 9º PIB per capita do país.

Segundo o SEBRAE, outro problema que afeta o empreendedorismo na capital amazonense é a informalidade dos negócios que surgem, sendo muito difícil conseguir reverter este quadro no curto prazo, pois se trata de um quadro culturalmente enraizado pela falta de facilidades e a pouca fiscalização por parte das autoridades e gestores competentes. Segundo o Censo Empresarial/SEBRAE – 2009 foram identificadas dentre as empresas pesquisadas, 29% que estão formalizadas e 62,4% que permanecem informais, como pode ser demonstrado no Gráfico 1. Esse problema possibilita o aumento da mortalidade dos micro e pequenos negócios nos primeiros anos de suas atividades, pois dificulta a empresa a possuir ferramentas que contribuam para o desenvolvimento do negócio, como por exemplo, o acesso ao crédito.

---

\*Os dados que citam o IBGE e o SEBRAE foram coletados no SEBRAE – Guia do prefeito empreendedor amazonense – Manaus, AM. 2008

**Gráfico 01.** - Situação atual do empreendimento (Resposta espontânea e única)

**Fonte:** Relatório Censo Empresarial de Manaus 2009 / Action Pesquisas de Mercado – SEBRAE / AM

Apesar das dificuldades, a história do empreendedorismo no Amazonas passou por refinamentos, por parte principalmente dos empresários que possibilitaram transformações no mercado local. O empreendedor amazonense vem persistindo, a cada ano para encontrar o seu sucesso empresarial, seja através de estabelecimentos como sapatarias, padarias, bares, restaurantes ou outras atividades econômicas.

Podemos comprovar todas essas transformações e refinamentos que vêm ocorrendo no empreendedorismo amazonense através de indicadores dos períodos entre 2003 a 2007 que revelam a importância das MEs e EPPs para a economia do estado, conforme dados abaixo fornecidos pelo IBGE (2003 a 2007) e SEBRAE (2003 a 2007):

- 78% da geração de empregos advém de MEs EPPs;
- Taxas de mortalidade das MEs e EPPs abaixo da média nacional;
- Crescimento da massa salarial de 39%, a maior do Brasil;
- Crescimento nos postos de trabalho em 60%, a maior do Brasil.
- Taxa de crescimento de 85% em 05 (cinco) anos, a maior do Brasil;
- 95% das empresas do estado são MEs e EPPs.

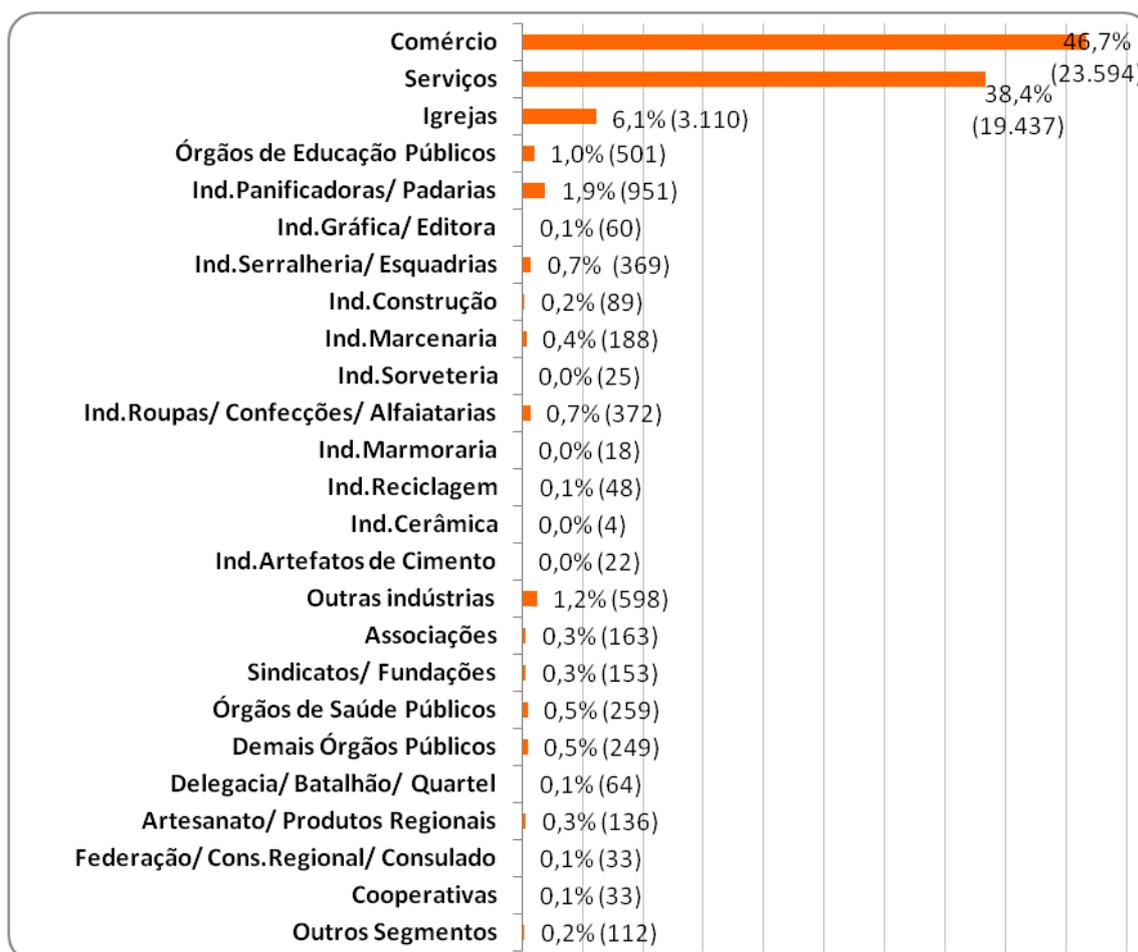
Vale ressaltar que a capital amazonense, Manaus, possui algumas características que a diferenciam das demais capitais do Brasil. Conforme informações do IBGE (2003) 51% da população do estado está concentrada na capital, somente 6, dos 62 municípios

possui população superior a 50.000 habitantes e 70% do PIB estadual advém de Manaus.

Através dessas informações, podemos concluir tamanha a importância do empreendedorismo da capital amazonense para o desenvolvimento da economia do estado e conseqüentemente reconhecer a influência que o empreendedor possui para a vida sócio econômica da cidade com as atividades de suas respectivas empresas, sejam elas MEs ou EPPs.

Para melhor expor o empreendedorismo na capital amazonense é interessante observar que segundo o Censo Empresarial/SEBRAE - 2009 existem em Manaus, **23.594** negócios voltados para o comércio e **19.437** para serviços. Ambos representam em conjunto, 85,1% dos **52.588** negócios levantados na cidade, retratado no Gráfico 2.

**Gráfico 02** – Classificação dos empreendimentos cadastrados por segmento (Resposta única)



**Fonte:** Relatório Censo Empresarial de Manaus 2009 / Action Pesquisas de Mercado – SEBRAE / AM

**Nota metodológica:** Alguns itens foram citados, mas devido ao arredondamento matemático apresentam-se com valores 0%.

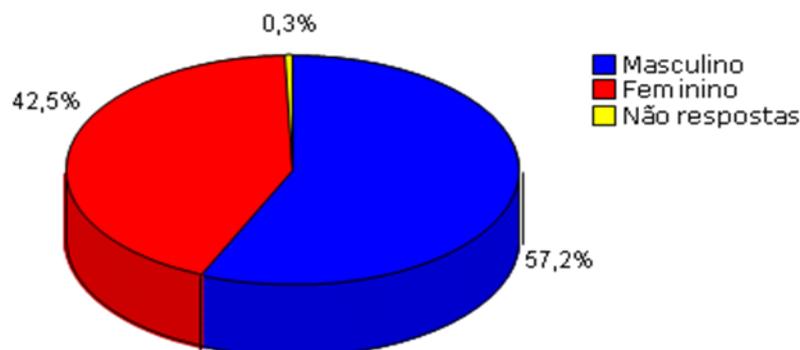
De acordo com o Censo Empresarial/SEBRAE – 2009, o tempo de atuação desses empreendimentos, em Manaus, está dividido em dois grandes blocos, os com até dois anos de atuação, que representam 30,5% dos negócios na capital e aqueles com mais de 10 anos, cuja representação é de 26,9%.

Outro dado importante da pesquisa, é que 57,3% dos empreendimentos que atuam na cidade, exercem suas atividades em imóveis próprios, e 38,9% são os negócios que necessitam locar um estabelecimento para seu funcionamento. Grande parte das empresas ligadas ao comércio costumam funcionar em locais próprios, somente 33,4% locam imóveis. Já para os negócios voltados a prestação de serviços, são muito próximos os resultados proporcionais entre os que atuam em locais próprios e locados, próximos de 50% cada.

### **3.1 PERFIL DOS EMPREENDEDORES NA CAPITAL AMAZONENSE**

De acordo com o Censo Empresarial/SEBRAE – 2009, o universo do empresariado em Manaus é formado predominantemente por homens com uma porcentagem de 57,2%, e 42,5% é representado pelo sexo feminino, conforme representação no Gráfico 03.

**Gráfico 03** - Gênero dos proprietários ou principal gestor (Resposta única).



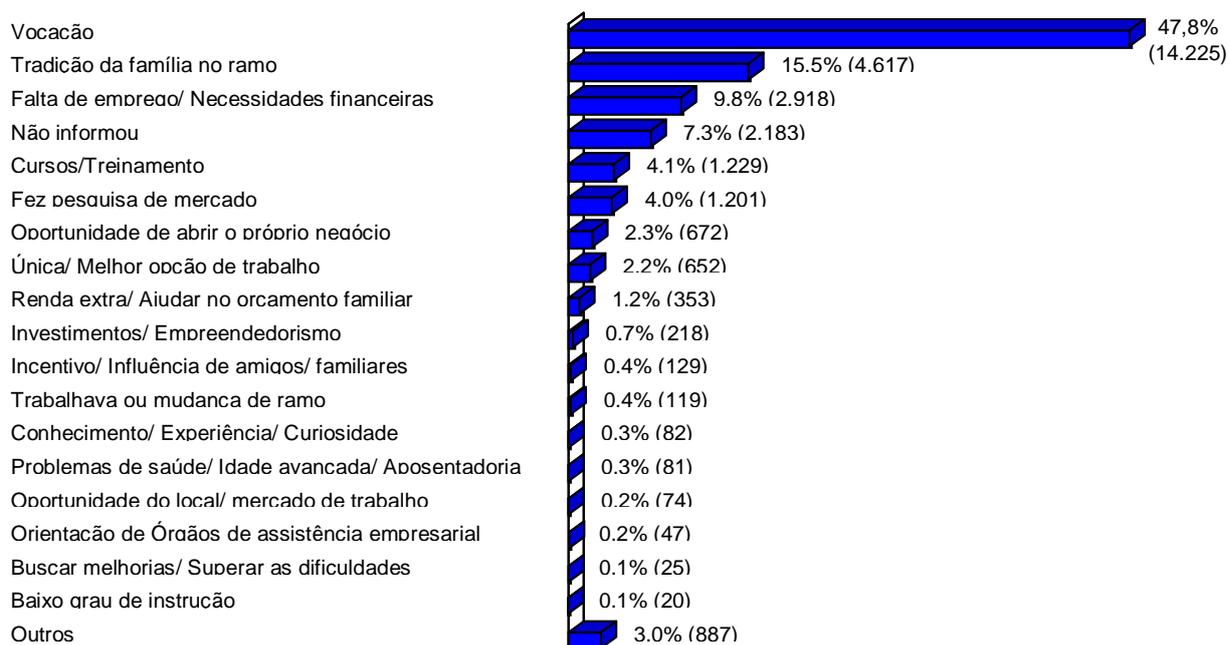
**Fonte:** Relatório Censo Empresarial de Manaus 2009 / Action Pesquisas de Mercado – SEBRAE / AM

**Nota metodológica:** As **não respostas** referem-se às empresas que não responderam quem era o proprietário do empreendimento ou o seu principal gestor, para que pudéssemos enquadrá-los em um dos dois gêneros.

A pesquisa também demonstra que 73,9% destes empreendedores não foram treinados para desempenhar suas devidas funções, e outro dado levantado, é que 42,2% desses empresários só possuem o ensino médio completo, no tocante ao grau de instrução. Porém, somente 9,8% dos empreendedores iniciaram seus negócios por necessidade financeira ou por falta de opção de emprego.

### 3.2 RAZÕES PARA INÍCIO DE UM EMPREENDIMENTO NA CAPITAL AMAZONENSE

As razões que estimulam o empreendedor a abrir o seu negócio, possuem grande relevância para o futuro deste empreendimento, pois dependendo de qual for a razão, haverá grandes possibilidades de minimizar riscos e saber reconhecer a verdadeira oportunidade para dar início a essas empresas, de acordo com Jeffry Timmons apud Luecke (2007). Para Manaus, com base no Censo Empresarial – SEBRAE/2009, o motivo que obteve maior exponencial foi à vocação do proprietário com (47,8%), outra parcela menor 15,5% vem de uma tradição familiar e somente 9,8% enveredou para o negócio por necessidade financeira ou por falta de opção de emprego, como pode ser verificado no Gráfico 04.

**Gráfico 04** – O que motivou abrir o negócio (Resposta espontânea e única)

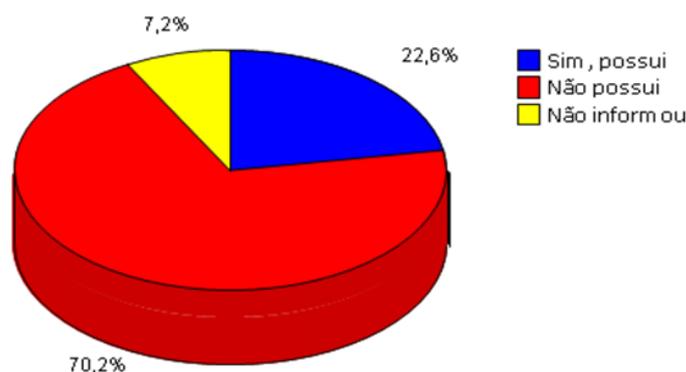
**Fonte:** Relatório Censo Empresarial de Manaus 2009 / Action Pesquisas de Mercado – SEBRAE / AM

### 3.3 TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO DE MANAUS

A atual fase do capitalismo globalizado pressupõe como parte do sucesso de qualquer empreendimento a atualização ou implantação de tecnologia para que possa viabilizar os processos e a comercialização de produtos e serviços, independente do porte da empresa. A eficiência na produtividade, a eficácia da gestão eletrônica, o maior controle, facilidade e segurança dos relatórios gerenciais constituem um elenco de benefícios que comprovam e induzem a estruturação tecnológica das empresas de acordo com suas necessidades.

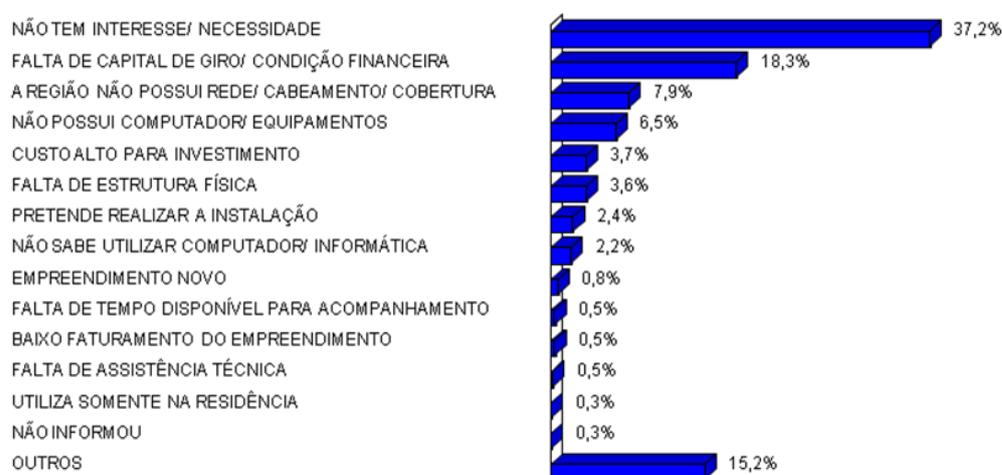
Segundo SEBRAE (2008), aproximar as conquistas tecnológicas das atividades produtivas significa democratizar as oportunidades para o desenvolvimento e para o crescimento econômico dos pequenos negócios da capital amazonense.

Para demonstrar uma pequena realidade das micro e pequenas empresas da cidade de Manaus, em relação a essa aproximação da tecnologia, o Censo Empresarial da Cidade de Manaus – 2009, publicou que são muitos os empreendimentos que não possuem acesso a Internet, exatamente 70,2% como mostra o Gráfico 05.

**Gráfico 05** - Acesso à internet no empreendimento (Resposta espontânea e única)

**Fonte:** Relatório Censo Empresarial de Manaus 2009 / Action Pesquisas de Mercado – SEBRAE / AM

Vale ressaltar também, de acordo com a pesquisa, que os principais motivos que levam o empreendedor a não possuir internet em suas respectivas empresas são os citados no Gráfico 06.

**Gráfico 06** – Motivo por não ter acesso à internet no empreendimento (Resposta espontânea e única)

**Fonte:** Relatório Censo Empresarial de Manaus 2009 / Action Pesquisas de Mercado – SEBRAE / AM

### 3.4 EDUCAÇÃO E TREINAMENTO NA CAPITAL AMAZONENSE

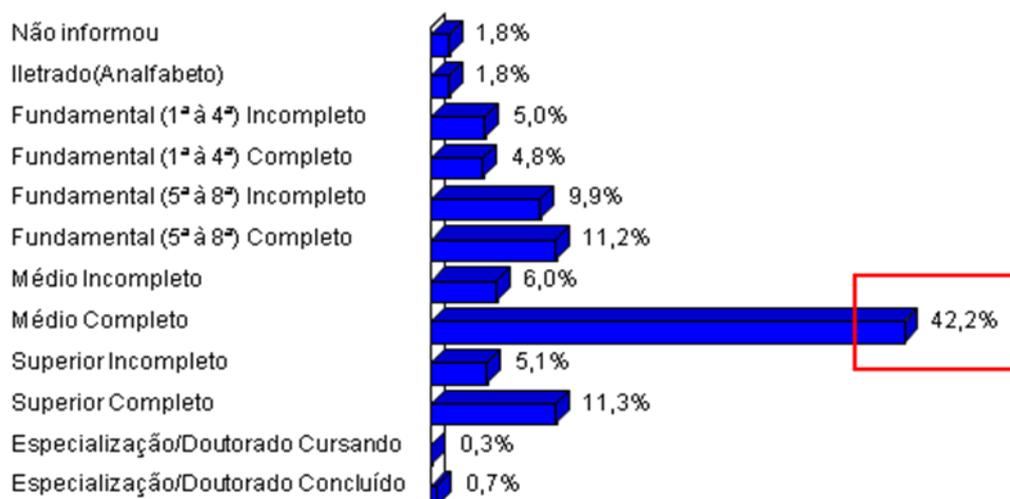
O sucesso de um empreendimento é intrínseco à capacitação da mão de obra local e de seus empreendedores. Sem esse direcionamento não é possível esperar qualquer desenvolvimento por parte dos negócios em uma cidade. Saber atender cordialmente e transparecer comprometimento e interesse em fazer o melhor pelo

cliente de forma eficaz e consciente, passa a ser um forte diferencial e indicador de sustentabilidade para qualquer MPE de acordo com SEBRAE (2008).

O gestor deve estar atento tanto para sua capacitação quanto para a capacitação de seus empregados, evitando assim perdas irreparáveis.

No Censo Empresarial da Cidade de Manaus – 2009 foi possível observar o grau de instrução dos proprietários dos empreendimentos da cidade de Manaus, ressaltando que a baixa escolaridade é um fato, como é demonstrado no Gráfico 06.

**Gráfico 07** - Grau de Instrução dos proprietários ou principal gestor (Resposta espontânea e única)



**Fonte:** Relatório Censo Empresarial de Manaus 2009  
Action Pesquisas de Mercado – SEBRAE / AM

É de grande relevância também demonstrar que, de acordo com a mesma pesquisa, comprovou-se que 73,9% não foram treinados para o desempenho de suas funções.

## **4 ESTRATÉGIA DE INVESTIGAÇÃO**

Para compreender os processos dinâmicos do fenômeno em questão – o empreendedorismo na capital do Estado do Amazonas e na República Federativa do Brasil - a investigação optou pelo método indutivo. Como objeto de estudo optou-se por fontes secundárias, isto é, pela análise dos documentos apresentados por organizações que tratam do tema, abrangendo o período de 2005 a 2008. O aspecto abordado foi o sociológico abordando o discurso embutido nele e no contexto geográfico e histórico de ambos ambientes.

O quantitativo de organizações escolhido foi de 02 (dois) que correspondem às mais representativas no que tange ao tema do empreendedorismo - *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM e SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Os dados foram analisados sob uma perspectiva social, etnológica e discursiva e sob o conceito que prima qualquer profissão que envolva relações humanas – o fator educativo juntamente com o compromisso com a sociedade -.

### **4.1 Ferramentas de coleta de dados**

Por se tratar de um objeto de estudo que corresponde a um fenômeno econômico-social foi escolhida a ferramenta de cunho documental – pesquisa bibliográfica - direcionada à análise contextual do fenômeno.

### **4.2 Parâmetros para análise dos dados**

As informações coletadas foram analisadas sob uma ótica antropológica e social tomando como parâmetros fundamentais as características culturais, regionais, geográficas, climáticas, e discursivas. É também levado em conta a história do pensamento humano e sua evolução até chegar nos tempos contemporâneos em que o fenômeno estudado se desenvolve.

### **4.3 ANÁLISE CONTRASTIVA DOS DADOS COLETADOS**

A análise contrastiva pretende identificar os pontos convergentes nos dados pesquisados em nível nacional e no âmbito da capital do Estado do Amazonas. Pretende, de igual forma identificar os pontos divergentes e salientar os pontos que apresentam vácuos no que se refere à informação obtida por meio dos órgãos que atendem este setor da economia.

### **4.4 DA APRESENTAÇÃO DOS DADOS**

Os dados apresentados nos três quadros - dados convergentes, dados divergentes e dados que apresentam vácuos na informação coletada - que abordam cada item, correspondem à escolha de informação relevantes encontradas na pesquisa que abordam o tema do empreendedorismo. Numa primeira triagem foram levantadas todas as informações com essas características em ambos dos campos – nacionais e da capital do Estado do Amazonas – sem a preocupação de contrastá-las logo que colhidas, pois a pretensão era de se realizar a segunda etapa onde seriam identificados os pontos convergentes, divergentes e os pontos onde era possível identificar a falta de informação de um, ou do outro lado dos campos estudados.

### **4.5 PARÂMETROS DE ANÁLISE**

Os parâmetros para a análise dos dados foram escolhidos levando em consideração o contexto geográfico e cultural da região foco desta investigação, são eles:

### **4.6 A ANÁLISE ETNOLÓGICA**

A etnologia servirá como base proposta por tratar-se de uma análise que exige um olhar holístico a fim de identificar as nuances culturais que se encontram imiscuídas no meio dos dados encontrados.

#### 4.7 A ANÁLISE DE DISCURSO

Para identificar em que medida a divergência dos dados e a falta de informação da capital do Estado do Amazonas faz parte integrante e institucionalizada do discurso colonizador característico quando se trata de regiões como a do norte do país, ainda não desbravada cognitivamente pela região sul onde o quefazer econômico do país é gerenciado. “Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos” (Hall, 2003, p50).

#### 4.8 DOS RESULTADOS OBTIDOS

A seguir a apresentação dos dados mostrará itens que foram minuciosamente construídos e separados segundo a sua relevância com o tema proposto. É o resultado de uma triagem das informações coletadas a respeito de ambos âmbitos do estudo. A disparidade entre as informações fornecidas a respeito do Brasil e da capital do Amazonas foi o grande entrave na sua catalogação. Entrementes, esta disparidade deu a entender a própria desigualdade de tratamento dado para um e para outro dos objetos de estudo. A pesar de em muitos dos itens não haver paralelo no formato e/ou no tipo de informação optou-se para não desprezá-los pela sua relevância no estudo.

##### 4.8.1 O empreendedorismo na capital do Estado do Amazonas e no Brasil

###### Quadro DADOS CONVERGENTES

O EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE	O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL
78% da geração de empregos advém de MEs EPPs.	99% são micro e pequenas empresas.
Nestes dados pode-se entender a representação econômica das micro e pequenas empresas no quesito emprego. Em ambos dos casos percebe-se que corresponde a uma taxa alta na geração de renda e no combate ao desemprego.	

**Quadro DADOS DIVERGENTES**

<b>O EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL</b>
Taxas de mortalidade das MEs e EPPs abaixo da média nacional.	49,4% fecham após completar dois anos.

**Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA**

<b>O EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Informalidade dos negócios que surgem 29% estão formalizadas e 62,4% permanecem informais.	Expressa o desejo dos indivíduos de ter o próprio negócio, assim como também expressa a falta de conhecimento de como proceder nesse intento e de quais as possibilidades de realizar esse desejo de maneira formal. Não é passível de contraste por não haver dados no mesmo formato em nível nacional
Crescimento da massa salarial de 39%, a maior do Brasil Crescimento nos postos de trabalho em 60%, a maior do Brasil.	Dados importantes para a caracterização do setor e para serem contrastados com os dados nacionais, porém as fontes investigadas não oferecem esses dados em nível nacional no mesmo formato percentual para que se possa comprovar a afirmação colhida.
Taxa de crescimento de 85% em 05 (cinco) anos, a maior do Brasil.	Percebe-se que se trata de um setor em crescimento acelerado, porém novamente não há dados em nível nacional que possam percentualmente ser contrastados.
<b>23.594</b> negócios voltados para o comércio <b>19.437</b> para serviços. Representando, 85,1%	Neste item os dados colhidos oferecem uma separação detalhada das características dos negócios. Dado que não aparece neste formato para poder ser contrastado.

dos <b>52.588</b> negócios levantados na capital do Estado.	
Tempo de vida de: Até dois anos 30,5%; Mais de <b>10</b> anos 26,9%.	O tempo de vida dos negocios levantados é dado importante para identificar a capacidade de gestão em negocios de cada empreededor. O dado é fornecido num formato que se diferencia do formato nacional, logo torna-se inviável realizar o contraste para a análise proposta.

### **Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA**

<b>O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Brasil como um dos dez do mundo na área	Dado aparentemente relevante, porem apresentado pelas fontes sem quantificação de nenhum tipo. Impossível se fazer contraste com os dados da capital.
41% dos empregos do país.	idem
O interesse é alto mas o preparo é baixo	idem
Fatores para a falência são: Fatores econômicos 72%; Inexperiência 20%; Vendas insuficientes 11%; Despesas excessivas 8%.	Este dado é apresentado de modo diferenciado, num formato mais específico, embora isso impossibilite a realização do contraste não pode ser desprezado pela informação relevante que traz.
43% abrem um negocio por necessidade. Cerca da metade do contingente do país. Entre 2001 e 2005, o número de empreendedores por necessidade, evoluiu de 40% para 47%, atingindo o ápice de 55% em	É facil perceber que em nível nacional a quantificação desses dados é frisada e especificada. Porém incontrastável pois as mesmas fontes não fornecem dados semelhantes da capital em questão.

2002.	
O caos do desemprego como gerador do empreendedorismo. O empreendedorismo identifica-se com a parcela pobre do país	Este é sem dúvida o dado mais relevante, pois aparenta identificar-se com as características divulgadas da região onde a capital em questão se localiza. Entrementes, como esses dados só aparecem nas informações fornecidas em nível nacional não foi possível realizar o contraste para uma análise, sequer primaria.

Numa análise que prima o contraste entre o empreendedorismo no Brasil e o empreendedorismo na capital amazonense, poucas são as informações encontradas a respeito deste último, devido ao escasso material bibliográfico abordando o tema em específico dentro dessa região do país. Daí a importância de acrescer os estudos dessa área nessa região. Porém é possível, com os dados acima apresentados, visualizar que em ambos os casos o empreendedorismo tem assumido papel de destaque no que tange à solução de problemas sociais como é o desemprego, significando um total de 41% dos empregos no país e 78% dos empregos oferecidos na capital amazonense. Outro dado importante e que fica claro no quadro acima, diz respeito ao empreendedorismo voltado para as micro e pequenas empresas, significando um total de 99% no Brasil e 85,1% em Manaus. Entrementes, o ponto em que os dados diferem é o se refere ao tempo de vida dos negócios implantados que, no Brasil se caracterizam pela alta mortalidade com 49,4% de empresas que fecham suas portas após completar dois anos. Já no Amazonas esta porcentagem desce para 30,5%, sendo considerada a taxa mais baixa do país.

#### 4.8.2 Perfil dos empreendedores na capital do Estado do Amazonas e no Brasil

##### Quadro DADOS CONVERGENTES

PERFIL DOS EMPREENDEDORES DA CAPITAL AMAZONENSE	PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO BRASIL
Não existe dado convergente	

##### Quadro DADOS DIVERGENTES

PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO BRASIL	PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO BRASIL
Não existe dado divergente	

**Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA**

<b>PERFIL DOS EMPREENDEDORES DA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Masculino, 57,2%.	A presença masculina com maior representatividade é um dos dados interessantes para contraste, porém é apresentado de maneira diferenciada (veja quadro a seguir)
Feminino, 42,5%.	Idem
73,9% não foram treinados para desempenhar suas devidas funções.	A falta de treinamento é também um dado importante para a caracterização do empreendedorismo, para a tomada de decisões e para se entender melhor o setor. Porém apresenta o mesmo entrave que os demais dados deste quadro a apresentação não padronizada que possibilitaria a realização de um contraste
42,2% só possuem o ensino médio completo.	idem

**Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA**

<b>PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO BRASIL</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Masculino.	As fontes estudadas apresentam este dado sem quantificação nenhuma. O que impossibilita o contraste com os dados do quadro acima
Jovem de 25 a 35 anos	idem
Empreendedorismo por necessidade: 63% feminino	idem
Menor taxa de produtos novos	Neste ponto o que se resalta é que a preocupação com o tipo de produtos é relevante e considerada em nível nacional. O que não acontece quando se trata da capital do Estado do Amazonas

O perfil do empreendedor no Brasil segundo os quadros acima é caracterizado em sua maioria por homens, entre 25 a 35 anos de idade e por possuir características do empreendedorismo por necessidade. Já na capital amazonense, a presença feminina é bastante expressiva, representada por 42,5% contra 57,2% da masculina. Entrementes o dado que se sobrepõe é o que define o empreendedor da capital amazonense, como um

agente sem capacitação para o negócio, como demonstra os 73,9% registrados, Para corroborar ainda mais essa característica percebe-se que 42,2% dos empreendedores dessa capital possuem apenas o ensino médio completo.

#### 4.8.3 Razões para o início de um empreendimento na capital do Estado do Amazonas e no Brasil

##### Quadro DADOS CONVERGENTES

<b>RAZÕES PARA INÍCIO DE UM EMPREENDIMENTO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>RAZÕES PARA INÍCIO DE UM EMPREENDIMENTO NO BRASIL</b>
Não existe dado convergente	

##### Quadro DADOS DIVERGENTES

<b>RAZÕES PARA INÍCIO DE UM EMPREENDIMENTO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>RAZÕES PARA INÍCIO DE UM EMPREENDIMENTO NO BRASIL</b>
Não existe dado divergente	

##### Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA

<b>RAZÕES PARA INÍCIO DE UM EMPREENDIMENTO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Vocação do proprietário com (47,8%).	Neste ponto pode-se observar que existe uma diferença entre os motivos que levam o empreendedor a levantar um negocio na capital do Estado do Amazonas e o que geralmente promove essa atitude no resto do país. Em percentuais está comprovado que é bastante significativo esse item
Tradição familiar 15,5%.	Este é um caráter não encontrado em nível nacional, somente quando se trata da capital do Estado do Amazonas
Por necessidade 9,8%.	A necessidade que é apontada como fator marcante para o empreendedorismo tem a taxa mais baixa na capital do Estado do Amazonas o que denota que outros são os fatores que podem estar influenciando para a abertura de novos negocios.

**Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA**

<b>RAZÕES PARA INÍCIO DE UM EMPREENDIMENTO NO BRASIL</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Desemprego, necessidade de aprovação, independência, desenvolvimento pessoal e desejo de colaborar para o bem estar próprio e da família.	O ser cidadão contribuinte e dono do seu destino e o da sua família. Essa é a vontade de quem procura empreender um negocio
Sétima colocação no ranking, TEA de 11,3 %. em termos de empreendedores iniciais	Uma colocação importante em termos de significação econômica para o país, impossível desconciderar
de cada 100 brasileiros 12 desenvolviam alguma atividade empreendedora	Este item demonstra que o empreendedorismo está em crescente desenvolvimento no país.
apresenta um contingente de 13 milhões de empreendedores, perdendo apenas para os Estados Unidos, em 2005	Idem

Neste quadro pode-se observar um dos pontos dicotômicos entre o empreendedorismo no Brasil e o empreendedorismo na capital amazonense, pois se para os dados referente ao Brasil o empreendedor abre um negócio para suprir necessidades de ganhos para sua subsistência e a da sua família, decorrentes de um contexto de desemprego, onde sente a necessidade de aprovação perante a sociedade, a necessidade de tornar independente e desenvolver-se pessoalmente, na capital do Estado do Amazonas o fator necessidade é o menor motivador para a implantação de um negócio. Apenas 9,8% abrem um negocio por necessidade, sendo a maioria 47,8% motivada pela vocação e 15,5 pela tradição familiar.

**4.8.4 Inovação e tecnologia no empreendedorismo na capital do Estado do Amzonas e no Brasil**

**Quadro DADOS CONVERGENTES**

<b>INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL</b>
Não existe dado convergente	

**Quadro DADOS DIVERGENTES**

<b>INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL</b>
Não existe dado divergente	

**Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA**

<b>INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Não possuem acesso a Internet, 70,2%.	A falta de informatização num contexto globalizado e geograficamente limitado é com certeza um dos dados a serem considerados na tomada de decisão no que tange ao tema.
Não tem interesse ou necessidade, 37,2%.	A falta de interesse por parte dos empreendedores em ingressar no mundo da informática para agilizar os procedimentos de gestão de negócios e para viabilizar a comunicação eficaz transpondo assim as barreiras estruturais e geográficas também é importante dado para a conscientização destes empreendedores.
Falta de capital de giro, 18,3%.	A falta de capital de giro é um demonstrativo da falta de planejamento, de conhecimento e de orientação adequada na implantação de um negócio.

**Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA**

<b>INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Uma das mais baixas taxas de lançamento de produtos novos, GEM em 2008.	Trata-se de um dado importante para o potencial competitivo que uma taxa desse porte carrega para alabancar a economia do país
Limitado potencial tecnológico.	Dado que demonstra que mesmo em nível nacional o acesso à tecnologia ainda não é considerado com a devida atenção que merece
Empreendimentos iniciais, 42º lugar.	Novos negócios são a grande característica do país
Empreendimentos já estabelecidos, 38º lugar. Empreendimentos concentraram-se em serviços prestados aos consumidores.	O sucesso dos negócios estabelecidos ainda é pequeno
Setor de transformação em crescimento, 29,7% em 2007.	

Neste quadro é fácil perceber que a competitividade dos empreendedores, quer seja em nível nacional, quer seja no que tange à capital do estado do Amazonas, fica comprometida devido à falta de acesso à tecnologia que é um dos itens básicos na nova ordem global: 70,2% dos empreendedores de Manaus não possuem internet e os motivos aprofundam este distanciamento do contexto global, pois a falta de interesse é representada com 37,2%. Mediante essas características, esses empreendimentos são limitados ao acesso do fluxo de informações de interesse vital para o negócios..

#### 4.8.5 Educação e treinamento na capital do Estado do Amazonas e no Brasil

##### Quadro DADOS CONVERGENTES

<b>EDUCAÇÃO E TREINAMENTO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>EDUCAÇÃO E TREINAMENTO NO BRASIL</b>
Não foram treinados para o desempenho de suas funções 73,9%	Grande parte dos empreendedores, 90%, não participou de atividades que tratassem da abertura de negócios em qualquer tempo.

##### Quadro DADOS DIVERGENTES

<b>EDUCAÇÃO E TREINAMENTO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>EDUCAÇÃO E TREINAMENTO NO BRASIL</b>
Não existe dado divergente	

##### Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA

<b>EDUCAÇÃO E TREINAMENTO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Baixa escolaridade, Médio completo 42,2%	

##### Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA

<b>EDUCAÇÃO E TREINAMENTO NO BRASIL</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Não existe dados que apresentam vácuos na informação	

É justamente na parte da educação e do treinamento que residem as chaves para o sucesso e o insucesso do empreendedorismo em ambos os casos estudados. Chega a ser gritante a falta de preparo do empreendedor que arrasta esta deficiência desde os primeiros passos na escola até a inexistência do que deveria esperá-lo fora dela ao se arrojar na labuta de um empreendimento. A baixa escolaridade e a falta de treinamento para abrir um negócio são características compartilhadas por ambos.

#### **4.8.6 Financiamento do empreendedorismo na capital do Estado do Amazonas e no Brasil**

##### **Quadro DADOS CONVERGENTES**

<b>FINANCIAMENTO DO EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>FINANCIAMENTO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL</b>
Não existe dados convergentes	

##### **Quadro DADOS DIVERGENTES**

<b>FINANCIAMENTO DO EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>FINANCIAMENTO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL</b>
Não existe dado divergente	

##### **Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA**

<b>FINANCIAMENTO DO EMPREENDEDORISMO NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
	Ausência de referências bibliográficas

**Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA**

<b>FINANCIAMENTO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Baixos recursos próprios dos empreendedores com apoio de parentes.	A falta de planejamento e o alto custo para levantar um negocio fica claro neste item, que demonstra que o empreendedor precisa de mais incentivos fiscais para se erguer independentemente
55% afirmam que o investimento inicial é inferior do que R\$ 2.000,00	Idem
Empreendimento motivado por oportunidade requer em média R\$13.000,00.	Idem

**4.8.7 Faturamento mensal dos estabelecimentos empresariais no capital do Estado do Amazonas e no Brasil.**

**Quadro DADOS CONVERGENTES**

<b>FATURAMENTO MENSAL DOS ESTABELECIMENTOS EMPRESARIAIS NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>FATURAMENTO MENSAL DOS ESTABELECIMENTOS EMPRESARIAIS NO BRASIL</b>
Não existem dados convergentes	

**Quadro DADOS DIVERGENTES**

<b>FATURAMENTO MENSAL DOS ESTABELECIMENTOS EMPRESARIAIS NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>FATURAMENTO MENSAL DOS ESTABELECIMENTOS EMPRESARIAIS NO BRASIL</b>
Não existem dados divergentes	

**Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA**

<b>FATURAMENTO MENSAL DOS ESTABELECIMENTOS EMPRESARIAIS NA CAPITAL AMAZONENSE</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
ausência de referências bibliográficas	A ausência de referências bibliográficas na coleta de dados sobre o tema impossibilita a análise proposta e deixa claro o descaso em registrar e publicar dados específicos da região onde a capital se localiza.

**Quadro DADOS QUE APRESENTAM VÁCUOS NA INFORMAÇÃO COLETADA**

<b>FATURAMENTO MENSAL DOS ESTABELECIMENTOS EMPRESARIAIS NO BRASIL</b>	<b>COMENTÁRIOS</b>
Faturamento bruto anual entre R\$ 244 mil (micro)	A representatividade do faturamento é um dos parâmetros em potencial para a tomada de decisões no que tange ao temo do empreendedorismo. É sem dúvida um dos dados que deveriam ser quantificados nos dois âmbitos estudados para que pudesse ser feita uma análise contrastiva significativa.
Faturamento bruto anual entre R\$ 1,2 milhão (pequenas)	Idem

Os quadros VI e VII demonstram a falta de registros bibliográficos e estudos científicos no Estado do Amazonas, que tratem do tema do Empreendedorismo na Capital Amazonense, embora o pouco que se constata, como foi visto nos quadros anteriores, sinalize para a importância social e econômica que o tema tem para os

habitantes dessa região. Não muito distante o país equipara-se nesse retrato de descaso com a escassa informação a respeito do mesmo tema em nível nacional.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os dados apresentados constataam a realidade encontrada no sistema educacional brasileiro na formação do indivíduo como um empreendedor em potencial. O modelo é praticamente o mesmo entre o que acontece em nível nacional e o que acontece na capital amazonense.

A falta de preparo daqueles que incursionam no campo do empreendedorismo vai desde a incapacidade de lidar com a própria organização do negócio até a incapacidade de encontrar um lugar nesse meio econômico novo – globalização da economia – onde a competitividade não é mais estadual ou nacional e sim global.

Outro contexto compartilhado é o cenário histórico social de um país que ainda não conseguiu sair do modelo subdesenvolvido. Modelo este que contemporaneamente não é mais aceito pela “agenda setting global” como desculpa para o atraso econômico e social. Dessa falta de visão sistêmica e holística decorre o surgimento de empresas, micro e pequenas - em ambos dos âmbitos – nacional e da capital do Estado do Amazonas – que nascem pela necessidade de fugir do desemprego, dos péssimos serviços sociais e da burocracia legislativa quintessencial, desenhando assim, um empreendedor com características de desespero, de falta de conhecimento, sem treinamento para a labuta, sem condições financeiras de base e sem acesso à tecnologia – item imprescindível na Era Tecnológica contemporânea. Daí decorrem os 49,4% de empresas que findam após os dois primeiros anos de vida, quer seja pela falta de capital de base, pela inexperiência, pela insuficiência de mercado ou pelas elevadas despesas para mantê-la funcionando.

Nesse rumo de análise e mesmo sendo o Brasil um dos países que mais empreende e Manaus, capital do Amazonas, tendo uma expressividade singular como empreendedora com 85,1% na implantação de negócios, a característica parece ser uníssona quanto ao perfil do homem que empreende, dos motivos que o levam a esse feito e da derrocada de tais empreendimentos.

Em suma, os fatores que influenciam nesse processo em ambos dos âmbitos estudados, são principalmente educacionais, haja vista que é a partir de uma educação

condicente com o contexto da labuta do homem que as demais características seriam facilmente mutáveis, são elas: econômicas, culturais e de infraestrutura.

## 6. CONCLUSÃO

Os resultados da investigação apontaram para dois caminhos na compreensão do problema – o caminho que o governo aponta para a questão do empreendedorismo, visto que o tema faz parte do discurso governamental em se tratando da economia do país e do combate ao desemprego, incentivando o surgimento de novas empresas micro e pequenas e lançando programas que tenham como objetivo facilitar a abertura desses negócios; o caminho que o próprio mercado aponta para absorver essas micro e pequenas empresas oportunizando uma nova sistemática onde os empreendedores possam circular e sobreviver economicamente -, todos convergindo num só ponto – a perspectiva não somente de transformação da economia, mas principalmente de transformação social que o empreendedorismo possui. Basta constatar nos dados apresentados, onde se ressalta a necessidade como o primeiro motivo para a implantação de um negocio, que a sociedade absorveu o empreendedorismo como uma alavanca para movimentar a economia e para transformar as mazelas da disparidade econômica redesenhando assim, o destino de uma sociedade que precisava urgentemente sair do rótulo de subdesenvolvida pelo alto índice de desemprego e suas tristes consequências.

### 6.1 Do governo

O empreendedorismo tomou-se o rumo de uma análise onde os programas governamentais pairam tanto em nível nacional como no que tange à capital do Estado do Amazonas. É por este motivo que pode-se concluir que um dos pontos relevantes é justamente a atuação da gestão e dos direcionamentos governamentais sobre o tema. Não se pode dizer que as políticas públicas de cunho social e econômico estejam sendo direcionadas à inserção do individuo no mundo dos negócios como sendo uma nova maneira de adequar-se à nova ordem social, poder-se-ia dizer, que se trata mais de políticas paliativas – de incentivo fiscal e econômico das micro e pequenas empresas, políticas pontuais pelo fato de não se tratar de um trabalho de mudanças profundas e conceituais que cheguem a atingir a raiz da questão. Tratam de um problema econômico, mas que tem um fundo social e educacional. Portanto, não é suficiente a solução dos problemas por meio de programas de inclusão social. Pois na verdade ações paliativas como essa se tornam ilhas isoladas onde os esforços e os investimentos não

correspondem com os resultados obtidos, ou por não atingirem a todos os indivíduos que delas precisam, ou por enviasar tais programas sem nenhuma articulação com as demais políticas governamentais.

Não adianta fechar os olhos para fenômenos como o aglomerado de micro e pequenos empreendedores que, sem sequer ter noção de nomenclaturas como essa, se lançam aos negócios pela necessidade de combater a desigualdade social em que se encontram. O fenômeno existe, é preciso sobreviver em situações extremas tornando melhores as condições de vida que o governou não zelou, como o homem que encontra caminhos em situações extremadas na obra “A peste” de Camus. Porém, se o governo continuar copiando modelos de empreendedorismo para aplicá-los por meio de seus programas sem a preocupação de atentar para as diferenças contextuais, como é o caso da capital amazonense que geográfica e culturalmente se diferencia das demais capitais e regiões da federação, se o contexto geográfico e até climático não forem considerados, o quadro continuará sendo o mesmo: escassez de informações em circulação, e baixo rendimento do setor, tornando-se a curto prazo mais um gasto para os cofres públicos do que um investimento em prol da sociedade. Em suma, as condições políticas existentes precisam rever seus posicionamentos no que se refere à operacionalização dos programas de inclusão econômica e social dos micro e pequenos empreendedores. Há necessidade de reconhecer os erros cometidos e fazer desses empreendedores parte do passo a frente que a sociedade precisa dar para sair do buraco do subdesenvolvimento, oportunizando desta forma a criação de empresas que não mais findem após completar os dois anos, empreendedores que possuam espírito de empreendedores além da técnica necessária, responsáveis e seguros do que fazem.

No caso específico da capital do Amazonas fica clara essa necessidade, haja vista, a falta de informação a respeito do que acontece, o distanciamento geográfico e tecnológico em que se encontra mergulhada, a total falta de conhecimento de como se desenrola a sistemática dos negócios, dos parâmetros utilizados para o que é feito em torno do empreendedorismo, o vácuo na coleta e divulgação de informações específicas da capital amazonense a respeito do que fazer dos micro e pequenos empresários, confirma o mau gerenciamento e por vezes descaso governamental no que se refere à capital amazonense em torno do empreendedorismo.

## 6.2 Dos profissionais da área de gestão de empresas

Não se pode simplesmente empurrar a responsabilidade do que atinge o ser humano para o meio em que se encontra para os demais agentes de sua realidade. É preciso que o ser humano se responsabilize pelo seu destino, pois não se trata de um ser passivo, é *a priori*, um ser ativo, racional, e sensitivo que pode e deve tomar as rédeas do seu futuro. É por este motivo que o segundo caminho que este estudo aponta diz respeito ao posicionamento dos profissionais de gestão de empresas, pois a passividade perante o desenrolar da vida do empreendedor pode classificar-se como uma constante pela falta de ações e/ou reflexões a respeito da classe pela classe, quer seja em micro ou pequenas empresas, quer seja informais ou formais. Este viés diz respeito ao empreendedor que a partir do momento em que se torna um gestor de negócios é também um agente transformador da sociedade onde está inserido.

Nesse sentido a tendência metódica que copia modelos das ações tomadas em outros contextos para a aplicação nem sempre é a melhor escolha a se fazer. A cidade de Manaus tem demonstrado isso apesar da escassa informação referente ao empreendedorismo como fenômeno econômico e social. Fica claro ao contrastar informações que são divulgadas e que apontam para uma disparidade quando se trata desta capital, porém o meio continua martelando na mesma tecla e aplicando e tentando inculcar nos micro e pequenos empreendedores uma receita de um bolo que nada tem a ver com a realidade social e geográfica em que vivem. O empreendedorismo por necessidade tem a menor taxa, e os negócios nascem pela tradição familiar, ou pela aptidão do empreendedor com o que ele pretende empreender, tem isso a ver com o modelo de empreendedorismo vendido pelos programas governamentais? Certamente é algo a descobrir num posterior estudo específico, da mesma forma o estudo aponta para a necessidade de uma caracterização a respeito do modelo de educação formal utilizado fazendo um paralelo a fim de compreender até que ponto o espírito empreendedor é incentivando e/ou discutido dentro dos muros da escola, mas assim como este estudo aponta para as disparidades entre o cenário nacional e da capital amazonense no que tange ao empreendedorismo, ele também aponta para realidades compartilhadas entre ambos, como o são os dados sobre a escolaridade e capacitação do empreendedor. Conclui-se então que dois pontos são imperativos de solução: o da educação desde os primeiros passos da escola na vida dos indivíduos, para conseguir formar um espírito empreendedor; a

capacitação que, jogando fora formas pré-moldadas, deve em primeira instância reconhecer os nuances paralelos da região.

## 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antunes, R (2002). *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo Editorial.
- Baron, R. A. (2007). *Opportunity Recognition: a cognitive perspective*. Lally school of management & technology, Academy of management best conference paper.
- Barini Filho, Ulrico E; Cardoso, O. de O. (2003) *A abordagem cognitiva na formação de competência empreendedora: o caso da Odebrecht*. *Administração em Diálogo*, n. 5, Novembro
- Bergamini, C.W. (1997). *Psicologia aplicada à administração de empresas*. São Paulo: Atlas.
- Bernardi, L. A. (2009). *Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas*. São Paulo. Ed. Atlas
- Birley, S; Westhead, P. A (1992), *Comparison of new firms in “assisted” and “nonassisted” areas in Great Britain*. In: *Entrepreneurship & Regional Development*, v.4, p. 299-338.
- Bosma, N. & Harding, R. (2007), *Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 results*. Wellesley/London: Babson College/London Business School.
- BRASIL. *Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional – LDB*, (1996). Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996.
- Brum, A. de M. (2003), *Respirando endomarketing*. Porto Alegre: L&PM, 144p.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo. Paz e Terra. V. 1
- Chiavenato, I. (2007), *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas : um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio*. São Paulo: Saraiva.
- Colbari, A. L. (2007), *A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira*. *Revista Sinais*, v. 1, n. 1, abr.
- Costa, M. da S. (2003), *Reestruturação produtiva, sindicatos e a flexibilização das relações de trabalho no Brasil*. *RAE Eletrônica*, v. 2, n. 2, jul./dez. <<http://www.rae.com.br/eletronica>>.
- DIEESE. (2001), *A situação do trabalho no Brasil*. São Paulo: DIEESE.
- Dornelas, J. C. A. (2005). *Transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro. Ed. Elsevier
- Drucker, P. F. (1986) *Inovação e Espírito Empreendedor (Entrepreneurship) : Prática e Princípios*. São Paulo, Ed. Pioneira

Drucker, P. F. (1979), *Management*. London, Pan Books.

Durand, (1998). *Form of Competence*. Trabalho apresentado na Conferência de Management of Competence; Oslo.

Filion, L. J.; Dolabela, Fernando (2000). *Boa Idéia! E Agora?*, São Paulo. Cultura Editores Associados

Filion, L. J. (1988) *The strategy of successful entrepreneurs in small business: vision relationships and anticipatory learning*. Thesis (Ph.D.). University of Lancaster, Great Britain

Filion, L.J. (1998) *Entrepreneurship: Entrepreneurs and Small Business Owner-managers*. In: Julien, P.A. (Ed.). *The State of the Art in Small Business and Entrepreneurship*. Capítulo 4.

Forbes, J; Reale, M. J.; Ferraz, S. T. J. (2005). *A invenção do futuro*. São Paulo, Ed. Manole

Gerber, M. (1990), *O mito do empreendedor: Como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido*. São Paulo. Ed. Saraiva

GEM (2006). *Global Entrepreneurship Monitor - Empreendedorismo no Brasil – 2005 – relatório nacional*. Curitiba: IBQP

GEM (2007). *Global Entrepreneurship Monitor- Empreendedorismo no Brasil – 2006 – relatório nacional*. Curitiba: IBQP

GEM (2008). *Global Entrepreneurship Monitor- Empreendedorismo no Brasil – 2007 – relatório nacional*. Curitiba: IBQP

GEM (2009). *Global Entrepreneurship Monitor- Empreendedorismo no Brasil – 2008 – relatório nacional*. Curitiba: IBQP

Hall, S. (2003). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro, Ed. DP&A

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. <http://www.ibge.gov.br>

Kets De Vries, M.; Miller, D. Apud Gimenez, Fernando (1993). *Escolhas estratégicas e estilo cognitivo: Um estudo em pequenas empresas*. RAC, v. 2, n. 1, jan/abr, p. 27-45

Kleichen, C. F.; Maciel, M. E. R.; Zanon; M. T; Alves, R. A. (2007). *Empreendedorismo por necessidade e a economia informal: a realidade do Shopping Popular Tupinambás em Belo Horizonte*. Belo Horizonte. Revista Multiface, v. 1, n. 2, p. 23-31, julho-dezembro.

[http://www.face.ufmg.br/pet/multiface/v1\\_n2/Multiface\\_v1\\_n2\\_KLEICHEN\\_et\\_al\\_Empreendedorismo\\_por\\_necessidade.pdf?](http://www.face.ufmg.br/pet/multiface/v1_n2/Multiface_v1_n2_KLEICHEN_et_al_Empreendedorismo_por_necessidade.pdf?)

Krausz, R.R. (1981), *Homens e organizações: Adversários ou colaboradores: Análise transaccional aplicada as organizações*. São Paulo. Ed.Nobel

Luecke, Richard (2007), *Ferramentas para empreendedores: ferramentas e técnicas para desenvolver e expandir seus negócios. [Entrepreneur's toolkit]*. Rio de Janeiro. Ed. Record

Mintzberg, H.; Ahlstrand, B.; Lampel, J..(2000). *Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico*. Porto alegre. Ed. Bookman

Pamplona, J. B. (2001), *Erguendo-se pelos próprios cabelos: auto-emprego e reestruturação produtiva*. São Paulo. Germinal/FAPESP

Roma, V. de M. C (2006). *O Empreendedor Brasileiro: Um Estudo Exploratório Sobre Personalidade, Inteligência Emocional E Desempenho*. Rio de Janeiro: Faculdades Ibmecc

Salim, C.; Nasajon C.; Salim H.; Mariano...[et al.]. (2004). *Administração Empreendedora: teoria e prática usando o estudo de caso*. Rio de Janeiro. Ed. Elsevier

Sarkar, Soumodip (2007), *Empreendedorismo e Inovação*. Lisboa Ed. Escolar

\_\_\_\_\_. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil*. Relatório Executivo - 2003. Curitiba. SEBRAE, 2004. <<http://www.sebrae.com.br/aprendasebrae>>

\_\_\_\_\_. (2007) *Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil*. Relatório Executivo - 2004. Curitiba: SEBRAE, 2005. <<http://www.sebrae.com.br/aprendasebrae>>

SEBRAE, (2007). *Censo Empresarial de Manaus 2009. Action Pesquisas de Mercado*. Relatório do Sebrae - AM

SEBRAE, (2007). *Boletim Estatístico de Pequenas e Micro Empresas. 1º semestre de 2005*. <<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-e-pesquisas/boletim-estatistico-das-mpe>>

SEBRAE, (2008). *Guia do Prefeito empreendedor Amazonense*. Manaus-AM.

\_\_\_\_\_. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil*. Relatório Executivo - 2005. Curitiba: SEBRAE, 2006. <<http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae>>

\_\_\_\_\_. (2006). *Iniciando Um Pequeno Grande Negócio – IPGN Manual do Curso – Módulo I*. SEBRAE

Schumpeter, J. A (1976), *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo. Ed. Difel

Schumpeter, J.A. (1934). *1912/1934: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Leipzig: Duncker & Humblot. Cambridge, MA: Harvard University Press

Schumpeter, J. A (1934/1982), *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. São Paulo. Abril Cultural

Schumpeter, (1954) J.A. *History of economic analysis*. Oxford. Oxford University Press

Silva, L. F.; Bassani, C. L. (2007). *Evolucionismo: a face oculta do empreendedorismo*. Campinas – SP. Salesiano University Center Department of Medical Sciences. Department of Medical Sciences FCM/UNICAMP

Stevenson, S. (2000). *International Real Estate Diversification: Empirical Tests Using Hedged Indices*. The Journal of Real Estate Research. 19(1/2), 105-131.

Souza, E. C. L. ; Castro-Lucas, Cristina (2008), *Uma nova maneira de refletir os conceitos de cultura, empreendedorismo e inovação: uma metodologia de vida*. In: *Encontro Anual da ANPAD, 2008, Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro. Anais do XXXII EnANPAD.: ANPAD, v. 1. p. 1-16.

Souza, E. C. L; Guimarães, T. A. (2005), *O ensino de empreendedorismo em instituições de ensino superior brasileiras*. In: Souza, E. C. L.; Guimarães, T. A. (org) *Empreendedorismo Além do Plano de Negócios*. São Paulo. Ed. Atlas.

Teixeira, H. de A.(2001), *A trajetória dos pequenos negócios do ramo de turismo na região de Belo Horizonte e Poços de Caldas (MG) – um estudo sobre o mito ou a realidade do processo de empreendedorismo*. In: ENANPAD, XXV, Campinas. Anais do ENANPAD, X CD RO

Toffler, E.A. (2001). *Aprendizagem & Criatividade Emocional: como liberar a criatividade que há em você*. São Paulo. Ed. Makron Books

Zarifan, P (1999). *Objectif Compeétence*. Liaisons. Paris