



**MESTRADO EM ORGANIZAÇÕES E DESENVOLVIMENTO**

**JERÔNIMO MENDES**

**FATORES CONDICIONANTES DE SUCESSO DAS PEQUENAS E  
MÉDIAS EMPRESAS NA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA  
E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL**

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

**CURITIBA**

**DEZEMBRO 2006**

**JERÔNIMO MENDES**

**FATORES CONDICIONANTES DE SUCESSO DAS PEQUENAS E  
MÉDIAS EMPRESAS NA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA  
E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL**

**Dissertação apresentada como requisito  
fundamental à obtenção do grau de Mestre  
em Organizações e Desenvolvimento Local  
junto à UniFAE - Centro Universitário.**

**Orientador: Prof . Antoninho Caron, Dr.**

**Curitiba, Dezembro de 2006**

## **TERMO DE APROVAÇÃO**

**Jerônimo Mendes**

### **FATORES CONDICIONANTES DE SUCESSO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Esta dissertação foi apresentada como requisito fundamental para obtenção do título de Mestre em Organizações e Desenvolvimento e aprovada pela Banca Examinadora do Curso de Mestrado Acadêmico Multidisciplinar em Organizações e Desenvolvimento da UniFAE - Centro Universitário.

Curitiba, 21 de dezembro de 2006.

---

Prof. José Edmilson de Souza-Lima, Dr.  
Coordenador do Curso de Mestrado

Banca Examinadora:

---

Prof. Antoninho Caron, Dr.  
Orientador  
UniFAE - Centro Universitário

---

Prof. Dante M. Quadros, Dr.  
UniFAE - Centro Universitário

---

Prof. Osmar Ponchirolli, Dr.  
UniFAE - Centro Universitário

---

Prof. Luiz Hamilton Berton, Dr.  
UNICENP Centro Universitário

*Esse trabalho é dedicado à minha esposa Sandra Maria, e aos meus filhos Guilherme e Rômulo Augusto.*

*Obrigado pela paciência e pela compreensão ao longo dessa jornada.*

*Conseguimos, graças a Deus!!!*

## **Agradecimentos**

Ao Professor, orientador e amigo, Dr. Antoninho Caron, pela sua valiosa contribuição na elaboração do trabalho.

Aos Professores, Colaboradores e Companheiros do Mestrado.

Aos empreendedores entrevistados que confiaram no meu trabalho.

Aos membros da Banca Examinadora, Prof. Dr. Dante Quadros, Prof. Dr. Luiz Hamilton Berton e Prof. Dr. Osmar Ponchirolli, pelas contribuições enriquecedoras no período de qualificação e da defesa.

*Nadamos, dia a dia, num rio de decepções e somos efetivamente entretidos com casas e cidades no ar, com as quais os homens à nossa volta são enganados. Mas a vida é uma sinceridade. Nos intervalos lúcidos dizemos: que se abra para mim uma entrada para as realidades; vesti por muito tempo a touca de tolo. Conhecemos o sentido de nossa economia e de nossa política. Que nos seja fornecida a cifra e, se as pessoas e coisas são partituras de uma música celestial, que possamos ler os acordes. Fomos lesados em nossa razão; no entanto, existiram homens que gozaram uma existência rica e afim. O que eles sabem, sabem para nós. Em cada nova mente transpira um novo segredo da natureza; nem pode a Bíblia ser dada por completa até que nasça o último grande homem.*

Ralph Waldo Emerson

## RESUMO

MENDES, Jerônimo. **Fatores condicionantes de sucesso das pequenas e médias empresas na Região Metropolitana de Curitiba e sua contribuição para o desenvolvimento local.** 2006. Dissertação (Mestrado em Organizações e Desenvolvimento) - UniFAE - Centro Universitário Franciscano do Paraná. Curitiba, 2006.

De acordo com o relatório do GEM, a mentalidade empreendedora é fundamental para o desenvolvimento econômico de qualquer país. Em 2005, o relatório apontou o Brasil em 7º lugar quanto às iniciativas empreendedoras, dentre 37 países pesquisados, tendo registrado 13,1 milhões de empreendedores, porém é fato que nem todos são bem-sucedidos nos negócios e muitos passam por diversos fracassos até aprender. Quase todos dependem de sócios, colaboradores e dinheiro emprestado para suprir as deficiências, porém, de uma forma ou de outra, todos fazem a diferença e servem de alavanca para o progresso. O Relatório de Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil (2004), publicado pelo Sebrae, indica que 59,9% dos pequenos e médios empreendimentos no Brasil não sobrevivem ao quarto ano de vida, por razões de ordem cultural, econômica, social e financeira. São os chamados empreendedores por necessidade que, no caso do Brasil, constituem mais de 50% dos negócios por conta própria, fato que provocou uma reflexão e induziu a uma revisão do conceito de empreendedorismo durante o desenvolvimento da pesquisa. Segundo o conceito tradicional adotado pelos autores clássicos, dentre eles Joseph Schumpeter, o verdadeiro empreendedor possui características próprias para conquistar o sucesso através de um jeito diferenciado de fazer negócio. O objetivo geral da pesquisa é identificar os fatores condicionantes de sucesso das PME na RMC e avaliar sua contribuição para o desenvolvimento local. Um estudo mais aprofundado da atividade empreendedora no país, tomando-se por base Curitiba e Região Metropolitana, composta por 25 municípios, apontou um grande número de empreendedores que, a despeito de todas as dificuldades encontradas em sua trajetória de vida pessoal e profissional, transformaram simples idéias em empreendimentos de sucesso. A pesquisa tem caráter predominantemente qualitativo com a finalidade de identificar e descrever os fatores condicionantes de sucesso das empresas de pequeno e médio porte na Região Metropolitana de Curitiba e sua contribuição para o desenvolvimento local.

**Palavras-chave:** empreendedorismo, empreendedor, necessidade, oportunidade, mudança, sucesso, desenvolvimento local.

## ABSTRACT

MENDES, Jerônimo. **Fatores condicionantes de sucesso das pequenas e médias empresas na Região Metropolitana de Curitiba e sua contribuição para o desenvolvimento local.** 2006. Dissertação (Mestrado em Organizações e Desenvolvimento) - UniFAE - Centro Universitário Franciscano do Paraná. Curitiba, 2006.

According to the Global Entrepreneurship Monitor Report, the enterprising mind is the basis for the economic development of any country. In 2005, the report pointed out Brazil as 7th position regarding enterprising initiatives, among the 37 countries researched, with more than 13 million entrepreneurs working in or out of legal procedures. Despite everything, the truth is that most of them go through many failures before having success on their businesses. In general, almost all of them depend on partners, employees and loans to face the competitive market; however, in anyway, everyone contributes for the progress. According to SEBRAE Report (2004), 59.9% of small and middle entrepreneurs in Brazil do not survive more than four years in operation due to cultural, economic, social and financial reasons. They are called entrepreneurs by needs. In case of Brazil, they represent more than 50% in this condition, stimulating reflections and revision about the entrepreneurship concept during the research development. In fact, classic or traditional concepts on entrepreneurship, i.e. Schumpeter's concept, the real entrepreneurs own singular characteristics to conquer success through a different way of doing business. The main objective of this research is to identify the determinant factors of success for the small and middle companies in the Metropolitan Region of Curitiba (RMC) and their contributions for the local development. A major study about local enterprising activities based on Curitiba and Metropolitan Regions including 25 cities, pointed out a large number of entrepreneurs whose personal and business paths are a great example to be followed. They were able to transform simple ideas into successful business despite all difficulties in their lives. This research has character predominantly qualitative which goal is to identify and describe the main factors of these small companies and their contribution for the local development.

**Key words:** entrepreneur, entrepreneurship, needs, opportunities, change, success, local development.

## LISTA DE QUADROS

1 - DESENVOLVIMENTO DA TEORIA DO EMPREENDEDORISMO E DO TERMO EMPREENDEDOR A PARTIR DA IDADE MÉDIA .....	32
2 - TIPOS DE INCUBADORAS NO BRASIL.....	82
3 - ESTRUTURA DE APOIO OFERECIDO PELAS INCUBADORAS NO BRASIL.....	83
4 - COMPOSIÇÃO DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA .....	107
5 - SÍNTESE DOS RESULTADOS DE CARÁTER SUBJETIVO OBTIDOS NA PESQUISA - PARTE I .....	128
6 - SÍNTESE DOS RESULTADOS DE CARÁTER SUBJETIVO OBTIDOS NA PESQUISA - PARTE II .....	128

## LISTA DE TABELAS

1 - PRODUTO INTERNO BRUTO DE CURITIBA, PARANÁ E BRASIL, EM REAIS, NO PERÍODO DE 1999 A 2004.....	19
2 - TAXA DE MORTALIDADE DAS EMPRESAS POR REGIÃO DE 2000 A 2002 .....	22
3 - NATALIDADE E ESTIMATIVA DE MORTALIDADE DAS EMPRESAS, SEGUNDO AS REGIÕES E PAÍS, EM NÚMEROS ABSOLUTOS - PERÍODO 2000-2002. ....	22
4 - REDUÇÃO DO NÚMERO DE POSTOS DE TRABALHO, SEGUNDO AS REGIÕES DO BRASIL, EM NÚMEROS ABSOLUTOS, PARA O PERÍODO 2000-2002.....	23
5 - NATUREZA DOS EMPREENDIMENTOS .....	24
6 - TAXA DE OCUPAÇÃO, DESEMPREGO E DE ATIVIDADE NAS PRINCIPAIS REGIÕES METROPOLITANAS BRASILEIRAS - MARÇO/2006 .....	24
7 - NÚMERO DE EMPRESAS FORMAIS NO BRASIL, POR PORTE E SETOR DE ATIVIDADE - 2002.....	54
8 - NÚMERO DE PESSOAS OCUPADAS NAS EMPRESAS FORMAIS, POR PORTE E SETOR DE ATIVIDADE - 2002 .....	55
9 - EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE EMPRESAS INFORMAIS E DAS PESSOAS OCUPADAS 1997-2003 .....	55
10 - EMPRESAS NÃO-AGRÍCOLAS COM ATÉ 5 EMPREGADOS E EMPRESAS DO SETOR INFORMAL SEGUNDO OS GRUPOS DE ATIVIDADES.....	57
11 - RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E EMPREENDEDORES INICIAIS POR PAÍSES - 2005.....	59
12 - MENTALIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO EMPREENDEDORES INICIAIS, EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E NÃO EMPREENDEDORES.....	64
13 - TEMPO MÉDIO DE ABERTURA E FECHAMENTO DAS EMPRESAS .....	73
14 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE INFORMALIDADE NA ECONOMIA E DA CARGA TRIBUTÁRIA NO BRASIL - 1992 A 2005 .....	75
15 - ENCARGOS SOCIAIS INCIDENTES SOBRE O SALÁRIO-BASE DO TRABALHADOR .....	76
16 - INCUBADORAS EM OPERAÇÃO NO BRASIL POR REGIÃO - 2005.....	81
17 - NÚMERO DE ESTABECIMENTOS COMERCIAIS E INDUSTRIAIS NO PARANÁ NO INÍCIO DO SÉCULO XX.....	96
18 - POPULAÇÃO DE CURITIBA, RMC, PARANÁ E BRASIL A PARTIR DA DÉCADA DE 1970.....	108
19 - AS DEZ CIDADES MAIS POPULOSAS DO BRASIL EM 2005.....	108
20 - EMPREGOS POR SETOR DE ATIVIDADE EM CURITIBA .....	111
21 - CRITÉRIO DE CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS NO BRASIL.....	114

22 - CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS QUANTO A LOCALIZAÇÃO, NATUREZA DOS SERVIÇOS E TAMANHO.....	122
23 - SINTESE DOS RESULTADOS DE CARATER OBJETIVO OBTIDOS NA PESQUISA.....	127
24 - DIFICULDADES E RAZÕES PARA O FECHAMENTO DAS EMPRESAS .....	130
25 - PRINCIPAIS OBSTÁCULOS ENCONTRADOS PELOS EMPREENDEDORES.....	131
26 - RAZÕES/CRITÉRIO PARA EMPREENDER .....	139
27 - CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL, SEGUNDO DOS ENTREVISTADOS. ....	140

## LISTA DE SIGLAS

ABNT	- Associação Brasileira de Normas Técnicas
ACP	- Associação Comercial do Paraná
ANPROTEC	- Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas
APL	- Arranjos Produtivos Locais
CIC	- Cidade Industrial de Curitiba
CNAE	- Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNI	- Confederação Nacional das Indústrias
CNPQ	- Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
ECINF	- Pesquisa de Economia Informal Urbana
ENE	- Escola de Novos Empreendedores
EPP	- Empresa de Pequeno Porte
FDE	- Fundo de Desenvolvimento Econômico
FGV	- Fundação Getúlio Vargas
FIEP	- Federação das Indústrias do Estado do Paraná
GEM	- Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBPT	- Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário
IBQP	- Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
IDH	- Índice de Desenvolvimento Humano
IPARDES	- Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPEA	- Instituto de Pesquisas Econômicas e Aplicadas
IPPUC	Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
ME	- Microempresa
MPMEs	- Micro, Pequenas e Médias Empresas
OEA	- Organização dos Estados Americanos
OIT	- Organização Internacional do Trabalho
ONU	- Organização das Nações Unidas
P&D	- Pesquisa e Desenvolvimento
PD	- População Desocupada
PEA	- População Economicamente Ativa

PIA	- População em Idade Ativa
PIB	- Produto Interno Bruto
PMC	- Prefeitura Municipal de Curitiba
PME	- Pequenas e Médias Empresas
PME	- Pesquisa Mensal de Emprego
PNEA	- População Não Economicamente Ativa
PO	- População Ocupada
PUC	- Pontifícia Universidade Católica
RM	- Região Metropolitana
RMC	- Região Metropolitana de Curitiba
SEBRAE	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIMPLES	- Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte
SOFTEX	- Sociedade Brasileira para Exportação de Software
TEA	- Taxa de Atividade Empreendedora Total
UFPR	- Universidade Federal do Paraná
UFSC	- Universidade Federal de Santa Catarina
USP	- Universidade de São Paulo

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	16
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO .....	16
1.2 ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA .....	20
1.3 PERGUNTAS DE PESQUISA .....	26
1.4 HIPÓTESES .....	27
1.5 OBJETIVOS .....	27
1.6 IMPORTÂNCIA E CONTRIBUIÇÃO DO ESTUDO .....	28
1.7 ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO .....	28
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	30
2.1 O PROCESSO EMPREENDEDOR .....	30
2.1.1 O Surgimento do Empreendedorismo .....	30
2.1.2 O Conceito de Empreendedorismo .....	33
2.1.3 O Conceito de Inovação .....	37
2.1.4 O Conceito de Organização .....	39
2.1.5 A Relação entre Administração, Inovação e Empreendedorismo .....	42
2.1.6 O Processo Empreendedor .....	46
2.1.7 O Brasil Empreendedor .....	52
2.2 A FORMAÇÃO DA CULTURA EMPREENDEDORA .....	57
2.2.1 Reflexões Sobre a Cultura Empreendedora .....	57
2.2.2 O Desenvolvimento da Cultura Empreendedora .....	60
2.2.3 Empreendedorismo e Desenvolvimento Econômico .....	67
2.2.4 O Papel dos Empreendedores .....	70
2.2.5 O Papel dos Governos no Processo Empreendedor .....	74
2.2.6 O Papel das Incubadoras na Sustentabilidade dos Negócios .....	79
2.2.7 O Papel dos Agentes Financeiros .....	84
2.2.8 O Papel das Universidades .....	86
2.3 EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL .....	89
2.3.1 O Desenvolvimento Local .....	89
2.3.2 O Paraná Empreendedor .....	92
2.3.3 Dinâmica da Economia e Mudanças na Configuração Espacial da RMC .....	106
2.3.4 Critério de Classificação das Empresas .....	111

2.4	FATORES DETERMINANTES DO SUCESSO .....	115
2.4.1	O Conceito de Sucesso .....	115
2.4.2	O que é uma Empresa de Sucesso? .....	116
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>119</b>
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA .....	119
3.2	ESCOLHA DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	120
3.3	CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO DA AMOSTRA .....	121
3.4	SELEÇÃO DA AMOSTRA.....	122
3.5	COLETA DE DADOS .....	122
3.6	ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS E OBTIDOS .....	123
<b>4</b>	<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>142</b>
4.1	EM FUNÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA .....	142
4.2	EM FUNÇÃO DAS HIPÓTESES A SEREM COMPROVADAS, REFUTADAS OU REFORMULADAS .....	142
4.3	EM FUNÇÃO DOS OBJETIVOS PROPOSTOS NO ESTUDO .....	143
4.4	EM FUNÇÃO DOS DADOS APOIADOS PELO REFERENCIAL TEÓRICO.....	144
4.5	EM FUNÇÃO DOS DADOS E LEVANTAMENTOS ESTUDADOS E ANALISADOS.....	145
4.6	PROPOSIÇÕES PARA PESQUISA E NOVOS TRABALHOS FUTUROS .....	147
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>149</b>
	<b>APÊNDICE A - FORMULÁRIO GUIA PARA A ENTREVISTA SEMI- ESTRUTURADA (ROTEIRO BÁSICO)</b> .....	<b>154</b>
	<b>ANEXO 1 - MAPA DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA</b> .....	<b>156</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Vive-se numa época em que ser empreendedor e obter sucesso em determinada atividade é praticamente um imperativo. As idéias que revolucionaram a sociedade moderna no Século XX são frutos de atitudes empreendedoras tomadas por pessoas de talento individual e visão de futuro brilhante. Cunha et al. (2003, p.16) encara o empreendedorismo como um dos principais fatores de desenvolvimento econômico de um país e que países com cultura empreendedora mais avançada proporcionam perspectivas de crescimento econômico maiores e influem diretamente nos índices de empregabilidade.

De acordo com o relatório do GEM - *Global Entrepreneurship Monitor* (2004), o Brasil esteve mais bem posicionado, mas está caindo no ranking internacional de empreendedorismo, sobretudo porque a avaliação considera os motivos que levam as pessoas a iniciar um negócio por conta própria – a necessidade de sobrevivência – e não a oportunidade. O relatório revela que os empreendimentos são movidos muito mais pelas dificuldades sociais e econômicas.

A preocupação com a criação de pequenas e médias empresas duradouras e a necessidade de redução das altas taxas de mortalidade das empresas estimula o crescimento da popularidade do empreendedorismo. Isso faz com que o fenômeno receba mais atenção dos governos e das entidades de classe que estão premiando as iniciativas locais através de incentivos e financiamentos de projetos inovadores, como forma de reduzir as desigualdades sociais, tais como: Prêmio SEBRAE Prefeito Empreendedor; Prêmio SEBRAE Jovem Empreendedor.

A cultura empreendedora gera prosperidade econômica ao proporcionar elevados índices de criação de novas empresas. Por se tratar de um fenômeno social e cultural, existem famílias, cidades, regiões e até mesmo países mais empreendedores que outros (CUNHA et al., 2003, p.17). Contudo, por trás das

idéias inovadoras que revolucionaram o mundo, existe muito mais do que visão de futuro e talento individual.

Estudos aprofundados, análise, muita pesquisa, planejamento estratégico e operacional, capacidade de implementação e ousadia são elementos que estimulam as iniciativas empreendedoras, porém empreendedorismo depende de um conjunto de fatores que oscila entre a vontade de vencer do empreendedor e a capacidade do governo para gerar prosperidade através de mecanismos práticos de criação de renda e emprego.

O empreendedor brasileiro foi representado no final do século XIX pela figura de Irineu Evangelista de Souza, o Barão de Mauá, cujo espírito aguerrido e repleto de grandes idéias se sobressaiu num ambiente que privilegiava essencialmente a agricultura. Mauá teve momentos difíceis e deixou de lado a figura de homem de comércio para se tornar dono de um império formado por 17 empresas instaladas em 6 países distintos, o que o tornou um homem adiante do seu tempo (CALDEIRA, 1995).

Do final do século XIX até a metade do século XX, os imigrantes foram os grandes sucessores do Barão de Mauá na odisséia brasileira do empreendedorismo. Eram homens e mulheres obstinados que deixaram o pouco que tinham na terra natal e atravessaram oceanos em busca de uma nova oportunidade, munidos de uma mera possibilidade num mundo desconhecido, oriundos de vários países, principalmente, Alemanha, Itália, Japão, Polônia e União Soviética.

O relatório do GEM (2005) estima que o Brasil comporte um contingente de 13 milhões de empreendedores, um dos maiores entre os países pesquisados, perdendo apenas para os Estados Unidos. Desse total, 35% estão à frente de negócios em estágio nascente, com tempo inferior a 3 meses de vida, e aproximadamente 65% administram negócios com tempo de vida entre 3 e 42 meses. A preocupação fica por conta do aumento da taxa de empreendedorismo por necessidade que, no Brasil, tem se mantida alta em todos os anos. O relatório

destaca a necessidade de atenção por parte dos governantes quanto à formulação de políticas e programas destinados à melhoria da qualidade dos negócios abertos principalmente por micros e pequenos empreendedores em todos os Estados. Dentre as prioridades estabelecidas pelos governos em geral, o empreendedorismo não tem merecido posição de destaque.

Segundo o GEM, os números do empreendedorismo favorecem a abertura de novos negócios por simples necessidade de aproveitamento da mão-de-obra disponível em todas as suas formas e por conta da escassez acelerada dos empregos formais a partir da década de 90 com o advento da globalização dos mercados. De maneira geral, principalmente nos países em desenvolvimento, o empreendedorismo é altamente estimulado pela necessidade de sobrevivência em contraste com os países desenvolvidos que adotam políticas públicas consistentes de geração de renda, trabalho e trabalho.

Desde 1999, primeiro ano da pesquisa, os resultados do GEM indicam uma evolução positiva do número de empreendedores, o que faz com que os governos, em todas as suas esferas, dediquem-se ao assunto com mais profundidade. Timmons (1994) afirma que o empreendedorismo é uma revolução silenciosa que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.

O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente no século XX, quando foi criada a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Por trás dessas invenções (sic), existem pessoas ou equipes de pessoas com características especiais, que são visionárias, que questionam, que arriscam, que querem algo diferente, que fazem acontecer, que empreendem (DORNELAS, 2001, p.19).

A Região Metropolitana de Curitiba (RMC) viveu profunda transformação na sua atividade industrial e comercial nos últimos trinta anos, graças à iniciativa do governo local que cruzou oceanos em busca de novas empresas detentoras de

tecnologia de ponta dispostas a investir e expandir suas atividades nos arredores da capital paranaense através de incentivos fiscais e benefícios de toda ordem.

As empresas instaladas desde a criação da Cidade Industrial de Curitiba (CIC), em 1973, trouxeram emprego e prosperidade em razão do efeito multiplicador resultante da instalação das empresas denominadas periféricas que acompanham grandes corporações, principalmente do segmento automotivo, o que justifica o aumento de 81,7% no PIB do Paraná no período de 1999 a 2004 (tabela 1).

TABELA 1 - PRODUTO INTERNO BRUTO DE CURITIBA, PARANÁ E BRASIL, EM REAIS, NO PERÍODO DE 1999 A 2004

ANO	CURITIBA	PARANÁ	BRASIL
1999	12.419.011.239,59	61.723.958.505,00	973.845.966.000,00
2000	12.978.341.738,62	65.968.713.267,00	1.101.255.078.000,00
2001	13.672.693.931,35	72.770.250.207,00	1.198.736.188.000,00
2002	14.002.816.995,59	81.449.312.467,00	1.346.027.553.000,00
2003	15.444.843.548,00	99.000.000,00	1.556.182.114.000,00
2004 <sup>(1)</sup>	<sup>(2)</sup> _	<sup>(2)</sup> _	1.769.201.846.000,00

FONTE: IBGE

NOTA: Extraído de Curitiba S/A - Diretoria de Desenvolvimento Econômico.

(1) Resultado calculado a partir de Contas Nacionais Trimestrais

(2) Valores não disponíveis na ocasião

Contudo, semelhante ao ocorrido nos demais pólos industriais do setor automotivo brasileiro, a instalação de novas empresas na RMC também estimulou a vinda de novos profissionais capacitados de outras regiões do país, do exterior e também do interior do Estado do Paraná acirrando a disputa pelas oportunidades de trabalho colocadas em disponibilidade. Coincidentemente, Araucária e São José dos Pinhais, depois de Curitiba, são os municípios da Região Metropolitana que possuem os maiores valores do PIB, praticamente onde houve maior concentração das empresas automobilísticas e suas periféricas e também empresas do setor metal mecânico e siderúrgico.

Independentemente dos obstáculos encontrados para recolocação no mercado de trabalho da RMC e na esperança de obter uma condição de vida melhor, a alternativa imediata dos trabalhadores locais é a tentativa de um negócio

por conta própria para prover o sustento da família com dignidade. No presente estudo, a modalidade de negócio adotada pelos empreendedores não será levada em consideração, pois serão utilizados os mesmos critérios de análise adotados pelo GEM, o qual engloba toda mão-de-obra produtiva disponível – formal ou informal – para elaboração da pesquisa e projeção dos resultados.

## 1.2 ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA

Segundo Rifkin (2001, p.5), em todo o mundo há uma percepção de mudanças significativas ocorrendo – mudanças tão grandes que mal podemos compreender seu derradeiro impacto. A vida como conhecemos está sendo alterada de modo fundamental. Enquanto as primeiras tecnologias industriais substituíram a força do trabalho humano, trocando a força muscular por máquinas, as novas tecnologias baseadas no computador prometem substituir a própria mente humana, colocando máquinas inteligentes no lugar dos seres humanos em toda a escala da atividade econômica.

No Brasil, após sucessivas tentativas de estabilização da economia e com a imposição do fenômeno da globalização, muitas empresas sentiram-se estimuladas a buscar alternativas para melhorar a competitividade, reduzir custos e manter-se ativa no mercado. Uma das conseqüências da globalização dos mercados foi o aumento do índice de desemprego, principalmente nas cidades nas regiões metropolitanas, onde a concentração de empresas é maior, portanto, foco de atenção das autoridades locais preocupadas com a massa visível de desempregados oriundos da falta de alternativa no mercado formal de trabalho com o registro efetivo em carteira profissional.

Diante de perspectivas pouco animadoras, os trabalhadores em geral aventuram-se em negócios por conta própria e risco, impulsionados pela necessidade de sobrevivência, mesmo sem a devida experiência no ramo, utilizando-se de parcas economias resultantes das indenizações de trabalho,

fundos de garantia, empréstimos bancários e ajuda familiar em nome da dignidade e do desejo de reconhecimento perante a sociedade. De acordo com Dornelas (2001, p.15),

Quando percebem, esses profissionais já estão do outro lado, atuando como patrões e não mais como empregados, optando pela economia informal, porém são desmotivados pela falta de crédito, excesso de carga tributária e pressão financeira provocada pelas altas taxas de juros que inibem os investimentos e ainda sugam a motivação dos pequenos e médios empreendedores, principalmente quando optam pela abertura formal dos negócios ao invés de atuar na informalidade.

Indiferentes às dificuldades, existem ainda aqueles que herdaram negócios dos pais ou dos parentes e conseguem levar adiante empresas criadas há décadas com relativo sucesso (DORNELAS, 2001, p.16). Há também aqueles motivados pela nova ordem da economia mundial, a Internet e a globalização, com o intuito de se tornarem milionários e donos do próprio negócio. A realidade é que nem todos são bem-sucedidos e muitos passam por diversos fracassos até aprender. Os relatórios do GEM nos últimos 5 anos demonstram que o número de empreendedores tem crescido de forma acentuada, principalmente em países emergentes e subdesenvolvidos, numa razão diretamente proporcional à capacidade de geração de renda de cada um, ou seja, os índices estão atrelados ao desempenho da economia local.

Fatores como esses refletem diretamente no alto índice de mortalidade de pequenas e médias empresas em geral que atinge 59,9% no quarto ano de existência, de acordo com o Relatório de Fatores Condicionantes e Taxas de Mortalidade de Empresas no Brasil (SEBRAE, 2004). As taxas de mortalidade verificadas para o Brasil e as Regiões são apresentadas na tabela 2. As taxas consolidadas para o Brasil são as seguintes:

- 49,4% para as empresas com até dois anos de existência (2002);
- 56,4% para as empresas com até três anos de existência (2001);
- 59,9% para as empresas com até quatro anos de existência (2000).

TABELA 2 - TAXA DE MORTALIDADE DAS EMPRESAS POR REGIÃO DE 2000 A 2002

ANO DE CONSTITUIÇÃO	REGIÕES (%)					BRASIL (%)
	Sudeste	Sul	Nordeste	Norte	Centro-Oeste	
2002	48,90	52,90	46,70	47,50	49,40	49,40
2001	56,70	60,10	53,40	51,60	54,60	56,40
2000	61,10	58,90	62,70	53,40	53,90	59,90

FONTE: Relatório Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade das Empresas SEBRAE (2004)

O SEBRAE (2004) destaca que dentre as principais razões para o fracasso dos empreendimentos estão a falta de habilidades administrativas, financeiras, mercadológicas ou tecnológicas dos empreendedores e os aspectos comportamentais que envolvem a gestão do negócio. Entretanto, a despeito de todas as dificuldades, empresas são criadas a todo instante e, de uma forma ou de outra, todas fazem a diferença e contribuem para o progresso das nações.

Os impactos socioeconômicos da mortalidade das empresas no país foram divulgados pelo SEBRAE no Relatório de Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade das Empresas no Brasil em 2004. Em valores absolutos, aplicando-se as taxas de mortalidade apuradas em relação ao número de empresas constituídas no período, tem-se uma estimativa do total de empreendimentos que fecharam as portas, acarretando, por conseguinte, impactos significativos nos indicadores socioeconômicos das regiões e do país (tabela 3).

TABELA 3 - NATALIDADE E ESTIMATIVA DE MORTALIDADE DAS EMPRESAS, SEGUNDO AS REGIÕES E PAÍS, EM NÚMEROS ABSOLUTOS - PERÍODO 2000-2002.

REGIÕES	2000		2001		2002	
	Natalidade	Mortalidade	Natalidade	Mortalidade	Natalidade	Mortalidade
Sudeste	209.646	128.094	222.480	126.146	27.132	101.288
Sul	105.331	62.040	111.853	67.224	98.734	52.230
Nordeste	85.038	53.319	87.941	46.960	79.951	37.977
Norte	23.444	12.519	23.612	12.183	19.878	9.442
Centro-Oeste	37.143	20.020	45.025	24.584	39.456	19.491
Brasil	460.602	275.992	490.911	277.097	445.151	220.428

FONTE: SEBRAE/Relatório de Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade das Empresas no Brasil

NOTA: Valores apurados com base nas taxas de mortalidade ponderada em cada ano, apresentadas na tabela 2.

A partir da estimativa total do número de empresas fechadas no Brasil, o IBGE apurou também o custo social proveniente do encerramento de uma atividade econômica, em termos de dispensa de mão-de-obra, perda de poupança e distribuição de renda, notadamente no Sul e Sudeste, principais responsáveis pela composição do PIB - Produto Interno Bruto do país.

Em termos de Brasil, considerando que o número médio de pessoas ocupadas na empresa extinta é de 3,2 pessoas, estima-se o contingente de pessoas que perderam o emprego. Dessa forma, de um total de 772.679 empresas extintas, com até quatro anos da data de constituição, 2,4 milhões de pessoas perderam suas ocupações, sendo a Região Sul e Sudeste as mais afetadas de acordo com os dados do relatório (tabela 4).

TABELA 4 - REDUÇÃO DO NÚMERO DE POSTOS DE TRABALHO, SEGUNDO AS REGIÕES DO BRASIL, EM NÚMEROS ABSOLUTOS, PARA O PERÍODO 2000-2002.

REGIÕES	2000		2001		2002	
	Mortalidade	Perda de Ocupações	Mortalidade	Perda de Ocupações	Mortalidade	Perda de Ocupações
Sudeste	1218.094	384.282	126.146	277.521	101.288	283.606
Sul	62.040	254.364	67.224	161.338	52.230	214.143
Nordeste	53.319	191.948	46.960	159.664	37.977	75.954
Norte	12.519	27.542	12.183	37.767	9.442	25.493
Centro-Oeste	20.020	66.066	24.584	68.835	19.491	85.760
Brasil	275.992	924.202	277.097	705.125	220.428	684.956

FONTE: SEBRAE/Relatório de Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade das Empresas no Brasil

NOTA: Valores apurados com base nas taxas de mortalidade ponderada em cada ano, apresentadas na tabela 2.

A bibliografia pesquisada não contempla uma definição formal de empreendedorismo por necessidade embora a distinção seja utilizada largamente pelos pesquisadores do assunto, principalmente nos relatórios do GEM, onde a proporção entre as duas classes empreendedoras, por iniciativa e por necessidade, é basicamente uma relação matemática (tabela 5).

TABELA 5 - NATUREZA DOS EMPREENDIMENTOS

ORIGEM DO EMPREENDIMENTO	2000 (%)	2001 (%)	2002 (%)	2003 (%)	2004 (%)	2005 (%)
Por necessidade	45	40	56	43	46	47
Por oportunidade	54	60	44	53	52	53

FONTE: Relatórios do GEM no período de 2000 a 2005

NOTA: Tabela elaborada pelo autor a partir de dados obtidos nos Relatórios do GEM divulgados no período de 2000 a 2005.

No caso específico da RMC, a ampliação do Parque Industrial – com a criação da antiga CIC – estimulou a necessidade de abertura de novos negócios para atender as mais variadas demandas, porém mostrou-se incapaz de absorver a mão-de-obra excedente e não qualificada que acaba por se arriscar de diversas formas em outros segmentos sem qualquer orientação ou planejamento.

Nojima et al. (2004, p.16) destaca que:

Embora na década de 90 o maior montante de investimentos no Paraná tenha se centrado no Setor Industrial, ocorreram mudanças significativas nos demais setores econômicos, especialmente na RMC, que absorveu maior volume de inversões públicas e privadas. A instalação de novos e modernos empreendimentos ampliou a demanda por serviços e produtos de maior especialização, muitos dos quais viabilizados por capital internacional e voltados ao mercado global.

Apesar de ostentar níveis de desemprego relativamente menores em relação às demais regiões do país (tabela 6), é possível encontrar um elevado número de empreendedores na RMC, na mais absoluta informalidade.

TABELA 6 - TAXA DE OCUPAÇÃO, DESEMPREGO E DE ATIVIDADE NAS PRINCIPAIS REGIÕES METROPOLITANAS BRASILEIRAS - MARÇO/2006

DESCRIÇÃO	CURITIBA	PORTO ALEGRE	RIO DE JANEIRO	BELO HORIZONTE	SÃO PAULO	RECIFE	SALVADOR
Taxa de Ocupação <sup>(1)</sup>	91,8	91,7	91,5	90,7	89,4	83,5	86,3
Taxa de Desemprego <sup>(2)</sup>	8,2	8,3	8,5	9,3	10,6	16,5	13,7
Taxa de Atividade <sup>(3)</sup>	59,2	56,5	54,2	57,0	58,9	50,6	57,2

FONTE: IPARDES/IBGE

NOTA: Extraído de Curitiba S/A - Diretoria de Desenvolvimento Econômico.

- (1) Percentual de pessoas economicamente ativas em relação ao total de pessoas de 10 anos ou mais de idade na semana de referência.
- (2) Percentual de pessoas desocupadas na semana de referência da pesquisa com procura de trabalho no período de referência de 30 dias em relação à população economicamente ativa na semana de referência.
- (3) Relação entre o número de pessoas ocupadas e o número de pessoas economicamente ativas na semana de referência.

Segundo o IPARDES (2004), nas três últimas décadas, a RMC tem sido o destino de um fluxo contínuo de imigrantes, particularmente do interior do próprio Estado. Internamente à RMC, Curitiba absorveu 158.166 imigrantes no quinquênio 1995/2000 embora esse montante corresponda a apenas 10,84% de sua população com 5 anos ou mais de idade. Dentre os municípios que mais receberam imigrantes nesse período destacam-se Piraquara (38,1%), Fazenda Rio Grande (35,39%) e Quatro Barras (30,78%) e outros como proporções superiores a 20%, como Campina Grande do Sul, Pinhais, Campo Magro, Almirante Tamandaré e São José dos Pinhais.

Estudos desenvolvidos pelo IPARDES apontam um reforço dos fluxos migratórios para a RMC, em parte influenciados pelas estratégias de atração da atividade econômica, acentuando a desigualdade, já que, mesmo com o crescimento da oferta de empregos, grande contingente da mão-de-obra permanece fora do mercado, afirma Nojima et al. (2004, p.34).

A luta pela sobrevivência e a melhoria da qualidade de vida é motivo de apreensão e discórdia no âmbito familiar e no próprio círculo de relacionamentos, principalmente quando o empreendedor é lançado num mercado onde o fracasso significa a perda da própria dignidade. Contudo, a pseudo-segurança provocada pelo mercado formal de trabalho faz com que a maioria dos homens prefira a escravidão na segurança ao risco na independência, segundo Mouniere (1976, p.107).

Em síntese, os seguintes problemas são pertinentes: a redução nos postos de trabalho formal constituiu-se uma tendência irreversível a partir da década de 1990; b) de modo geral, abertura do próprio negócio é a primeira alternativa a ser considerada pelo trabalhador demitido ou demissionário. c) de acordo com o Relatório de Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade das Empresas no Brasil, divulgado pelo SEBRAE (2004), a probabilidade de fracasso das pequenas e médias empresas é superior à probabilidade de sucesso; 59,9% das PME não ultrapassam ao quarto ano de funcionamento; a despeito de todas as dificuldades mencionadas

para se conceber o próprio negócio e por conta de um futuro imprevisível, encontra-se uma massa considerável de candidatos a empreendedores completamente despreparados para enfrentar a realidade do mercado.

### 1.3 PERGUNTAS DE PESQUISA

Einstein afirmava que, freqüentemente, a formulação de um problema é mais essencial que sua solução. Neste caso, especificamente, o problema de pesquisa pressupõe alguns fatores que contribuem negativamente para a formação da cultura empreendedora, tais como:

- a) a influência direta da globalização dos mercados sobre a redução dos postos de trabalho formal em todos os países do mundo;
- b) 99,2% das empresas são micros, de pequeno e médio porte no Brasil;
- c) a elevada carga tributária no país; 39,79% no primeiro semestre de 2006, segundo o IBPT;
- d) a imposição de uma das maiores taxas de juros do mundo (13,25% - Novembro de 2006);
- e) as diferentes restrições de acesso ao crédito;
- f) a ampliação do Parque Industrial de Curitiba com a vinda das montadoras;
- g) a crescente migração dos habitantes do interior para a RMC;
- h) o alto índice de mortalidade das empresas;
- i) a ausência de políticas públicas e de incentivos governamentais para as iniciativas empreendedoras.

Portanto, pergunta-se:

- a) Se a probabilidade de fracasso das PME é superior à probabilidade de sucesso, quais os principais fatores que estimulam a criação de novos negócios na RMC?
- b) Quais os fatores condicionantes de sucesso das PME na Região Metropolitana de Curitiba?

## 1.4 HIPÓTESES

Diversos fatores são atribuídos ao nascimento e mortalidade das PME no Brasil e no mundo, porém são divergentes e variam de país para país dependendo da ótica do pesquisador em relação ao assunto. Para sustentação da linha de pesquisa, esse projeto é dedicado ao esclarecimento das seguintes hipóteses:

- a) o crescimento da atividade empreendedora local é resultante da falta de opção no mercado formal de trabalho e das desigualdades sociais e econômicas acentuadas na RMC;
- b) o alto índice de mortalidade dos empreendimentos está diretamente relacionado com a falta de planejamento mínimo para a abertura de negócios por conta própria;
- c) o sucesso dos empreendimentos depende mais das características pessoais do empreendedor (foco, persistência, vontade de prosperar, resiliência etc.) do que de fatores externos (políticas públicas, legislação, incentivos fiscais etc.).

## 1.5 OBJETIVOS

O objetivo geral da pesquisa é identificar os fatores condicionantes de sucesso das PME na RMC e avaliar sua contribuição no desenvolvimento local.

Em termos específicos, pretende-se:

- a) identificar a relação existente entre cultura empreendedora, sucesso no empreendimento e desenvolvimento local;
- b) descrever as principais características dos empreendedores bem-sucedidos na RMC;
- c) relacionar os critérios adotados pelos empreendedores locais para a criação de novos negócios e a importância dos empreendimentos para o desenvolvimento local.

## 1.6 IMPORTÂNCIA E CONTRIBUIÇÃO DO ESTUDO

A referida pesquisa foi realizada com intuito de facilitar o entendimento do fenômeno do empreendedorismo e das características do desenvolvimento local, além de outras contribuições descritas a seguir:

- a) proporcionar ao mestrando melhor entendimento sobre o processo empreendedor e o desenvolvimento local;
- b) tornar a UniFAE uma fonte de referência e consulta por se tratar de uma pesquisa local inédita;
- c) possibilitar ao público interessado avaliar a importância da criação de políticas públicas para o desenvolvimento local e as razões para o sucesso das PME;
- d) Elaborar propostas de melhorias e sugestões para implementação de políticas mais apropriadas à realidade local para o Governo.

## 1.7 ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO

O estudo denominado "Fatores Condicionantes de Sucesso das PME na Região Metropolitana de Curitiba e sua Contribuição para o Desenvolvimento Local" está dividido em 4 capítulos, a saber:

Capítulo 1 – Introdução – contextualiza o problema de pesquisa, define as perguntas de pesquisa e define as hipóteses, apresenta o objetivo geral e os objetivos específicos, a importância e a contribuição do estudo e apresenta a organização final do trabalho.

Capítulo 2 – Fundamentação Teórica – está dividido em 4 sub-capítulos distintos. O primeiro trata do Processo Empreendedor e faz um retrospecto sobre a história e o surgimento do empreendedorismo, apresenta os principais conceitos relacionados ao assunto, estabelece a relação entre inovação, empreendedorismo e organização e define os caminhos para o processo empreendedor.

O segundo sub-capítulo trata da Formação da Cultura Empreendedora e inicia com algumas reflexões sobre a cultura empreendedora e o seu processo de desenvolvimento, estabelece a relação entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico, define o papel dos empreendedores, dos agentes financeiros, dos governos no processo empreendedor, das incubadoras tecnológicas na sustentabilidade dos negócios, dos agentes financeiros e, principalmente, das universidades.

O terceiro sub-capítulo trata da relação existente entre empreendedorismo e desenvolvimento local e inicia com a conceituação de desenvolvimento local, resgata a história do empreendedorismo no Estado do Paraná, discute a dinâmica da economia e mudanças na configuração espacial da RMC, além de definir os critérios de classificação das empresas, segundo o Estatuto das MPES, SEBRAE e MTE.

O quarto e último sub-capítulo trata dos Fatores Condicionantes de Sucesso a partir da conceituação de sucesso, o que significa uma empresa de sucesso e os possíveis fatores que definem o sucesso na RMC.

Capítulo 3 – Metodologia – concentra-se na caracterização da pesquisa e na tabulação, apresentação e análise das informações e dados obtidos nas análises de campo e dados obtidos por meio de entrevistas semi-estruturadas realizadas com os empreendedores. Justifica a escolha do instrumento de coleta de dados e dos critérios para seleção da amostra e organiza os dados coletados para a sustentação da linha de pesquisa.

Capítulo 4 – Conclusão – o último capítulo contém as principais conclusões e recomendações do estudo e uma série de recomendações passíveis de aplicação em função do problema de pesquisa, das hipóteses, dos objetivos propostos no estudo, dos dados apoiados pelo referencial teórico e dos dados e levantamentos estudados e analisados.

Entende-se que a pesquisa pode auxiliar no fortalecimento de uma cultura empreendedora local através do processo estruturado de formação da consciência empreendedora em tempos de competitividade e de disseminação do conhecimento com base em pesquisa científica.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 O PROCESSO EMPREENDEDOR

#### 2.1.1 O Surgimento do Empreendedorismo

O papel do empreendedor sempre foi fundamental na sociedade desde a Idade Média. Fillion (2001, p.17) afirma que os pesquisadores do empreendedorismo sempre concordaram que o conceito estava presente nas obras de Cantillon, banqueiro de destaque no Século XVIII, o qual definia o empreendedor como aquele que comprava matéria-prima por um preço certo para revendê-la por um preço incerto. Cantillon afirmava que se o empreendedor lucrava além do esperado, isso ocorria pelo fato de ele ter inovado, ou seja, ter feito algo de novo e diferente. Cantillon desenvolveu uma das primeiras teorias do empreendedor e é considerado o criador do termo.

Um dos exemplos mais citados para justificar o surgimento do termo empreendedorismo é a saga de Marco Pólo, que tentou estabelecer rotas comerciais para o Extremo Oriente. Como intermediário, Marco Pólo assinava um contrato com uma pessoa de recursos (o precursor do atual capitalista de risco) para vender suas mercadorias. Um contrato comum na época oferecia um empréstimo para qualquer comerciante aventureiro a uma taxa de 22,5%, incluindo seguro. Enquanto o capitalista corria riscos passivamente, o comerciante aventureiro assumia o papel ativo no negócio suportando todos os riscos físicos e emocionais. Quando o comerciante aventureiro era bem-sucedido na venda das mercadorias e completava a viagem, os lucros eram divididos e cabia ao capitalista a maior parte (75%), enquanto o comerciante aventureiro ficava com os 25% restantes.

Na Idade Média, o termo empreendedor foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção. Nos referidos projetos, esse indivíduo não corria riscos, simplesmente administrava o

projeto usando os recursos fornecidos, geralmente pelo governo do país. Um típico empreendedor da Idade Média era o clérigo – a pessoa encarregada de obras arquitetônicas, como castelos e fortificações, prédios públicos, abadias e catedrais (HISRICH e PETER, 2004, p.27).

A associação do risco com o termo empreendedorismo desenvolve-se no século XVII quando o empreendedor era considerado a pessoa que ingressava em um acordo contratual com o governo para desempenhar um serviço ou fornecer produtos estipulados. Como o valor do contrato era fixo quaisquer lucros ou prejuízos eram de total responsabilidade do empreendedor.

Um empreendedor muito citado nesse período foi John Law, francês que conseguiu permissão para estabelecer um banco real, o precursor do Banco Central nos dias de hoje. O banco evoluiu para uma franquia exclusiva, formando uma empresa comercial no Novo Mundo – a Mississippi Company. Infelizmente, esse monopólio sobre o comércio francês levou à ruína de Law quando esse tentou aumentar o valor das ações da empresa para mais do que o valor de seu patrimônio, levando a mesma ao colapso (HISRICH e PETER, 2004, p.28).

No século XVIII, finalmente, a pessoa com capital foi diferenciada daquela que precisava de capital, ou seja, o empreendedor foi diferenciado do fornecedor de capital, o que se denomina investidor de risco atualmente. Uma das causas dessa diferenciação foi a industrialização. Muitas dessas invenções desenvolvidas durante esse período eram reações às mudanças que estavam ocorrendo no mundo, como foi o caso das invenções de Eli Whitney e de Thomas Edison. Ambos desenvolviam novas tecnologias e eram incapazes de financiar suas invenções e recorreram a fontes de capital particulares (investidores de risco) para levar adiante seus empreendimentos.

Hisrich e Peter (2004, p.28) define o investidor de risco como um administrador profissional de dinheiro que faz investimentos de risco a partir de um montante de capital próprio para obter uma alta taxa de retorno sobre os investimentos, motivos pelo quais as definições utilizadas pelo GEM são altamente questionáveis.

O termo e a natureza do empreendedorismo evoluíram com o decorrer do tempo, à medida que a estrutura econômica mundial mudava e tornava-se mais complexa. Desde seu início, na Idade Média, quando era utilizado para se referir a ocupação e atividades específicas, a noção do termo foi ampliada e refinada, passando a relacionar conceitos que incluíam a pessoa em vez da sua ocupação.

Apesar de todo o interesse, uma definição concisa e internacionalmente aceita ainda não surgiu. Durante o desenvolvimento da pesquisa foi possível deparar com mais de 30 definições diferentes na literatura associada ao termo empreendedor e ao empreendedorismo. Para facilitar o entendimento, é importante relacionar as principais definições utilizadas a partir da Idade Média (quadro 1), extraída e adaptada de Hirisch (2004, p.27).

QUADRO 1 - DESENVOLVIMENTO DA TEORIA DO EMPREENDEDORISMO E DO TERMO EMPREENDEDOR A PARTIR DA IDADE MÉDIA

PERÍODO	AUTOR	CONCEITO
Idade Média	Desconhecido	Participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala
Século XVII	Desconhecido	Pessoa que assumia riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo
1725	Richard Cantillon	Pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital
1803	Jean Baptiste Say	Lucros do empreendedor separados dos lucros de capital
1876	Francis Walker	Distinguir entre os que forneciam fundos e recebiam juros e aqueles que obtinham lucro com habilidades administrativas
1934	Joseph Schumpeter	O empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada
1961	David McClelland	O empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados
1964	Peter Drucker	O empreendedor maximiza oportunidades
1975	Albert Shapero	O empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos e aceita os riscos do fracasso.
1980	Karl Vesper	O empreendedor é visto de modo diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
1983	Gifford Pinchot	O intra-empendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.
1985	Robert Hirisch	O empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e os esforços necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.
2001	José Carlos Assis Dornelas	O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização.

FONTE: Hirisch (2004, p.27)

NOTA: Tabela elaborada e adaptada pelo autor com novas definições encontradas durante o desenvolvimento da pesquisa.

### 2.1.2 O Conceito de Empreendedorismo

Empreendedorismo é um conceito muito mal compreendido e, por essa razão, mal aplicado e mal difundido no mundo dos negócios. Não se trata de um conjunto de características específicas nem de uma função econômica. Trata-se de uma junção entre a função econômica e a função social. O que se discute é um sistema de gerenciamento capaz de acrescentar valor às empresas de qualquer porte.

Segundo Ronstadt (1984, p.28), o empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que provêm valor para algum produto ou serviço. O produto ou serviço pode ou não ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários.

Existem muitas definições disponíveis em literatura específica de diversos países e autores. Muitas se confundem ou se complementam pelo fato de derivarem umas das outras ou de seguirem a lógica mais adequada ao universo perseguido pelo mentor da pesquisa a respeito do assunto e as definições nem sempre correspondem à realidade dos negócios por conta própria.

O empreendedorismo pode ser definido como um comportamento e não como um traço de personalidade (CUNHA et al., 2003. p.17), o que leva as pessoas se doutrinarem, por vontade própria ou por uma questão de necessidade, para agir como legítimos empreendedores utilizando-se de ferramentas disponíveis para a mudança de comportamento, aproveitamento e exploração das oportunidades de negócios.

A noção do empreendedor como inovador foi estabelecida somente em meados do século passado. O conceito de inovação e novidade é parte integrante do empreendedorismo. De fato, a inovação – o ato de lançar algo novo – é uma das mais difíceis tarefas para qualquer empreendedor, pois exige capacidade de entender todas as forças em funcionamento no ambiente. Pode ser um novo

produto ou serviço, um novo sistema de distribuição ou até mesmo uma nova estrutura organizacional.

Hisrich e Peter (2004, p.29) define o empreendedorismo como o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Uma das definições clássicas mais citadas é a de Schumpeter (1982) que associou o conceito de empreendedorismo ao processo de inovação tecnológica e criatividade: o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. A capacidade de inovar pode ser observada no decorrer da história, desde o tempo dos egípcios, que conceberam e construíram as pirâmides até o primeiro módulo lunar Apólo e o raio laser.

Gerber (2004, p.15-16) afirma que o empreendedor é o visionário em nós: o sonhador, a energia por trás de toda atividade humana, a imaginação que alimenta o fogo do futuro, o catalisador da mudança. Trata-se de um típico conceito que beira o poético universo das teorias que alimentam qualquer definição científica, porém definições desta natureza também não permitem ao simples mortal abandonar toda sua existência em prol de uma causa inovadora.

Entender o conceito clássico de empreendedorismo ou de empreendedor deveria estimular o cidadão comum a abrir um pequeno negócio por conta própria para seguir feliz até o fim da vida. Embora se trate de um conceito simples, assimilá-lo na prática é algo que requer habilidades, características, virtudes, comportamentos e conhecimentos específicos que não são encontrados nas fontes de literatura específica disponíveis.

Gerber (2004, p.16) alerta que alguns conceitos são relativamente vagos e expressam muito pouco quando se trata de estimular alguém a empreender por conta

própria e risco, mas são aceitos comumente na literatura específica sobre o tema: o empreendedor vive no futuro, nunca no passado e, raramente, no presente e ele está mais feliz quando está livre para construir imagens do tipo 'e se' e 'se quando'. São expressões vagas que servem apenas para reflexão a respeito do assunto.

A persecução do lucro remonta os primórdios da civilização e está arraigada na natureza do ser humano. Todo empreendedor é movido pelo sentido de realização propriamente dito, o que lhe confere reconhecimento perante o público e serve de combustível para a superação constante de desafios. Não se pode afirmar que o empreendedor clássico seja necessariamente um capitalista, ainda que persiga o lucro e tenha em mente o acúmulo de dinheiro. Essa afirmativa é sustentada por Weber (2003, p.26):

O impulso para o ganho, a persecução do lucro, do dinheiro, da maior quantidade possível de dinheiro, não tem, em si mesmo, nada que ver com o capitalismo. Tal impulso existe e sempre existiu entre garçons, médicos, cocheiros, artistas, prostitutas, funcionários desonestos, soldados, nobres, cruzados, apostadores, mendigos etc. Pode-se dizer que tem sido comum a toda sorte e condições humanas em todos os tempos e em todos os países da Terra, sempre que se tenha apresentado a possibilidade objetiva para tanto.

No Brasil, um dos conceitos mais adotados é o de Dornelas (2001, p.15): o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização. Da mesma forma que o anterior, pressupõe a existência de virtudes que vão além do simples entendimento sobre o mercado ou o produto que se pretende comercializar. Uma visão futura da organização requer aptidões sobrenaturais que transcendem a lógica do conhecimento formal. A esse respeito Cunha et al. (2003, p.22) complementa: empreendedores não fogem aos obstáculos. Imaginam caminhos novos, diferentes, mudam ou criam valores. Iniciativa, persistência, especialização, persuasão e capacidade de assumir riscos são alguns dos traços comuns entre empreendedores de sucesso.

Drucker (1987, p.28) define o empreendedor como aquele que começa o seu próprio, novo e pequeno negócio. Entretanto nem todos os pequenos negócios

são empreendedores nem representam o conceito legítimo de empreendedorismo. Isto será debatido exaustivamente durante o desenvolvimento do trabalho considerando que o espírito empreendedor é uma característica distinta, seja de um indivíduo ou de uma instituição.

De maneira geral, o empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; é também aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo, tal pessoa é geralmente impulsionada por certas coisas – a necessidade de obter ou conseguir algo, experimentar, realizar ou talvez escapar à autoridade de outros. Para determinadas pessoas, um empreendedor aparece como uma ameaça, um concorrente agressivo enquanto, para outros, o mesmo empreendedor pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que cria riqueza para outros, assim como encontra melhores maneiras de utilizar recursos, de reduzir o desperdício e produzir empregos que outros ficarão extremamente felizes de conseguir.

Um dos melhores exemplos dessa definição é Andrew Carnegie, magnata da indústria do aço dos Estados Unidos no início do século passado que não inventou um produto, mas criou, adaptou e desenvolveu nova tecnologia na criação de produtos para alcançar prosperidade econômica. Carnegie era descendente de uma família escocesa de origem humilde e fez da indústria americana do aço uma das grandes maravilhas do mundo industrial através de sua busca incansável por competitividade em vez de inventividade e criatividade. Carnegie organizou e operou sua empresa para a obtenção do lucro pessoal, porém com a consciência de que o pensamento coletivo da equipe, a produtividade e o pagamento justo pelos serviços das pessoas que empregou eram imprescindíveis para o sucesso do empreendimento.

Segundo Drucker (1987, p.18), dentre todos os grandes economistas modernos, somente Joseph Schumpeter abordou o empreendedor e o seu

impacto sobre a economia. Todo economista sabe que o empreendedor é importante e provoca impacto. Entretanto, para os economistas o "empreender" é um evento "meta-econômico", algo que influencia profundamente a economia sem fazer parte dela.

Embora cada definição explorada nesse estudo veja os empreendedores de maneira ligeiramente distinta, todas contêm noções similares, como inovação, criatividade, riqueza e risco, porém todas são restritivas já que os empreendedores são encontrados em todas as profissões (HISRICH e PETER, 2004, p.29). Com respeito à inovação, a relação com o termo empreendedorismo será amplamente discutida no item 2.1.3.

### 2.1.3 O Conceito de Inovação

Inovação e criatividade demonstram ser virtudes comuns em qualquer conceito de empreendedorismo e, de maneira implícita, estão presentes em diversos conceitos apresentados. Gerber (2004, p.16) define o empreendedor como aquela personalidade criativa, sempre lidando melhor com o desconhecido, estimulando o futuro, criando as probabilidades dentre as possibilidades, transformando o caos em harmonia.

Empreendedores são todas as pessoas inovadoras, assim como aquelas que sabem enxergar as mudanças e aproveitá-las, transformando-as em oportunidades de negócios (CUNHA et al., 2003, p.22). Invariavelmente, pode-se notar em todas as definições uma sucessão de termos como inovação, oportunidade, criatividade, iniciativa e persistência, virtudes e características não são ensinadas nas escolas e que são absorvidas somente através do enfrentamento direto dos problemas comuns aos empreendedores em negócios iniciais.

No caso do empreendedorismo por necessidade, a inovação tecnológica não tão é requerida, mas a criatividade é parte integrante da cultura empreendedora e surge de forma inesperada. Este conceito remete a uma análise

mais profunda da questão para se entender o que significa destruir a ordem econômica existente. Com base nesta premissa dificilmente alguém se arriscaria a empreender. Por se tratar de um conceito amplo e ao mesmo tempo complexo, vários enfoques são utilizados nas escolas e na literatura específica.

Joseph Schumpeter é considerado um dos maiores estudiosos do empreendedorismo e associou o empreendedor ao desenvolvimento econômico e à inovação tornando-se, portanto, um dos autores mais citados. Sua percepção a respeito do mundo dos negócios contribui sobremaneira para o entendimento sobre a criação de novos negócios e sua respectiva associação ao conceito de inovação ainda que a criação dos negócios, em sua grande maioria, não esteja relacionada à inovação. De acordo com Schumpeter (1982, p.55):

Embora os três elementos formem um todo, o terceiro pode ser descrito como o fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico. Chamamos de "empreendimento" a realização de combinações novas; chamamos "empresários" aos indivíduos cuja função é realizá-las. Esses conceitos são a um tempo mais amplos e mais restritos do que no uso comum. Mais amplos, porque em primeiro lugar chamamos "empresários" não apenas aos homens de negócios "independentes" em uma economia de trocas, que de modo geral são assim designados, mas todos que de fato preenchem a função pela qual definimos o conceito, mesmo que sejam, como está se tornando regra, empregados "dependentes" de uma companhia, como gerentes, membros da diretoria etc. ou mesmo se o seu poder real de cumprir a função empresarial tiver outros fundamentos, tais como o controle da maioria das ações.

Drucker (1987, p.25) afirma que a inovação, por sua vez, é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente. Ela pode bem ser apresentada como uma disciplina, ser aprendida e ser praticada. Os empreendedores precisam buscar como propósito deliberado, as fontes de inovação, as mudanças e seus sintomas que indicam oportunidades para que uma inovação tenha êxito. E os empreendedores precisam conhecer e por em prática os princípios da inovação bem sucedida.

Hirisch (2004, p.29) afirma que o conceito de inovação e novidade é uma parte integrante do empreendedorismo. De fato a inovação, o ato de lançar algo novo, é uma das mais difíceis tarefas para o candidato ao título de empreendedor. Exige não só capacidade de criar e conceitualizar, mas também a capacidade de entender todas as forças em funcionamento no ambiente. A novidade pode estar caracterizada desde um produto novo e um sistema novo de distribuição até um novo método para desenvolver uma nova estrutura organizacional. As inovações organizacionais são tão difíceis de desenvolver com sucesso quanto as inovações tecnológicas tradicionais. De uma forma ou de outra, o empreendedor, ainda que por necessidade, está sempre associado à criação de algo novo, seja com a produção de um novo bem ou serviço produto ou serviço de maneira nova, diferente, de forma simples ou revolucionária, contanto que o resultado individual seja efetivo.

#### 2.1.4 O Conceito de Organização

Na Sociologia, a abordagem sistêmica atingiu seu maior desenvolvimento com Talcott Parsons (Parsonismo), que, absorvida pelo amplo estudo da Teoria das Organizações, marcou-a profundamente, determinando seu desenvolvimento. Dessa forma, o desenvolvimento da abordagem sistêmica, nas organizações, converge para estudos de sistemas abertos, entendidos como um complexo de elementos em interação e intercâmbio contínuo com o ambiente, segundo Bernardi (2006, p.32). Na abordagem sistêmica, o pressuposto de sobrevivência e desenvolvimento da empresa depende da eficiência, da adaptabilidade ao ambiente, da interação e do equilíbrio dos elementos que compõe o sistema.

Cury (2000, p.103) relata que, atualmente, pode-se dizer que vivemos numa sociedade eminentemente organizacional. Nas sociedades complexas, o homem, em todas as etapas de sua vida, desde o nascimento até a morte, depende das organizações, é controlado por elas e nelas passa a maior parte do seu tempo. Por outro lado, a sociedade contemporânea, altamente complexa, de grandes e

sofisticados sistemas organizacionais, atribui um alto valor à nacionalidade, à competência e à eficácia. E são as organizações, dentro desse campo social, as formas mais racionais e eficazes que se conhece de agrupamento social.

Diretamente associado ao termo empreendedorismo é oportuno discorrer no presente estudo sobre o conceito e a origem do termo organização. Sua origem é anterior ao surgimento do empreendedorismo e, no entanto, passou a ser explorada de maneira mais acadêmica por estudiosos como Frederick Taylor, nos Estados Unidos, e Henry Fayol, na França, ambos precursores da Escola Clássica da Administração, no início do século passado. Embora as teorias administrativas tenham evoluído de acordo com o tempo, os princípios básicos que regem as organizações têm se mantidos fiéis ao conceito original: controlar, comandar e coordenar. Muitos conceitos de organização e administração difundidos no mundo acadêmico vão além dos quatro princípios básicos, mas a essência é mantida e a finalidade não difere muito em relação a um ou outro autor. O que se pretende estabelecer no presente estudo é a relação direta entre empreendimento e organização.

Qualquer empreendimento com finalidade lucrativa pressupõe a existência dos princípios básicos da organização e qualquer organização com fins lucrativos é, por natureza, um empreendimento cujos investidores almejam perpetuidade, rentabilidade, expansão e, principalmente, retorno sobre o capital investido. Com relação aos empreendedores, pode-se afirmar que todos são, por natureza, organizadores, coordenadores, controladores ou ainda administradores, os quais, de forma instruída ou não, são envolvidos em atividades típicas de quem deseja prosperar num negócio que não depende exclusivamente deles, mas de forças externas advindas das oscilações da economia global e suas conseqüências. A diferença entre o legítimo empreendedor e o empresário reside no fato de que o primeiro não vê obstáculos para levar sua idéia adiante e o segundo consegue sentir os efeitos do fracasso ou do sucesso com uma dose de comedimento, por experiências negativas.

De acordo com Lepawsky (1949, p.523), a organização é mais do que a estrutura de uma empresa ou de um departamento governamental. Envolve como elemento básico os atos efetivos desses elementos ou atos e dos seres humanos que os executam. Esse conceito é facilmente assimilado pelos empreendedores, movidos pelo sentido de realização a qualquer custo, apesar das dificuldades de organização, comuns no início de um empreendimento.

Uma organização não é apenas um sistema de partes orgânicas, de componentes e relações; mas também, funcionalmente, uma interação de forças, atividades e propósitos. Todos os seus usos corretos têm em comum significar relações coerentes e efetivas das partes com o todo, correlações de partes ou órgãos com ações especiais ou funções, e de todo o sistema com certas funções gerais ou especiais (BLISS, 1929, p.15). À medida que o empreendimento cresce e alcança determinado volume de transações, correspondente a milhares de vezes o valor do seu investimento inicial, é natural que o empreendedor tenha dificuldades de conduzi-lo. A interação de forças, atividades e propósitos citada por Bliss é típica dos legítimos empreendedores que não medem esforços para prosperar e de alguma forma procuram racionalizar seus processos internos e externos para obter êxito no empreendimento embora o "faro" para os negócios lhes pareça mais apropriado do seguir um modelo tradicional.

Ao contrário do que se pressupõe nas organizações de maior porte, e ainda que o faça de maneira desordenada, o empreendedor tende a seguir o instinto e tenta conduzir o empreendimento da mesma forma que o fazia quando iniciou um pequeno negócio, de forma despretensiosa, o qual, por alguma razão, deu certo.

Morgan (1996, p.135) define que as organizações são em essência realidades socialmente construídas que estão muito mais nas cabeças e mentes de seus membros do que em conjuntos concretos de regras e relacionamentos. Esse conceito permite associar a natureza de qualquer empreendimento à sua

concepção original ao se levar em conta que muitos negócios saíram de uma idéia fixa na cabeça e prosperam ainda que não tenham sido conduzidos de acordo com os princípios básicos da administração. São frutos da vontade de sobreviver e prosperar, independentemente dos obstáculos encontrados ao longo do caminho.

Apesar de as organizações serem uma invenção antiga – pode-se citar as antigas construções da Babilônia, a extensão do Império Romano, os grandes Impérios Chineses, etc. como exemplos de organizações eficiente – cabe ressaltar que nossa sociedade tem mais organizações que satisfazem uma ampla gama de necessidades sociais e pessoais, que incluem a maior proporção de cidadãos e afetam um segmento mais amplo de suas vidas. Contudo, em toda organização chega-se a um ponto em que a felicidade e a eficiência dependem de se sustentar mutuamente. Nem todo trabalho pode ser bem remunerado, nem todas as regras e ordens podem ser observadas.

O problema das organizações modernas é como constituir agrupamentos humanos tão racionais quanto possível e, ao mesmo tempo, produzir um mínimo de efeitos indesejáveis e o máximo de satisfação. Quando se compara uma grande organização e um empreendimento de pequeno porte, existem variáveis externas que influenciam a conceituação de organização e correlações entre tamanho e estrutura, quantidade de níveis organizacionais, grau de burocratização, graus de formalização, tecnologia, fluxos de trabalho, graus de profissionalização, alcance das operações e de mercado. Definir o que é pequeno ou grande somente pelo número de funcionários ou pelo faturamento ou qualquer outro fator quantitativo de maneira isolada está muito longe da realidade verificada no mundo organizacional.

#### 2.1.5 A Relação entre Administração, Inovação e Empreendedorismo

Drucker (1987, p.21) descreve que por volta de 1955, em todo o mundo desenvolvido, houve uma verdadeira explosão da Administração. Essa explosão chegou até mesmo à China Comunista. Um dos primeiros atos do novo governo

chinês liderado por Mão Tse Tung após a revolução foi o de estabelecer um departamento de Administração de Empresas, diretamente ligado ao Primeiro-Ministro, e importar uma escola de pós-graduação dos Estados Unidos.

As raízes da Administração remontam à época da Primeira Guerra Mundial. Seus primeiros brotos apareceram em meados da década de 20, mas, como conhecimento útil, foi obrigada a se desenvolver como prática, antes de mais nada, para depois se tornar uma disciplina no sentido literal da palavra. Em fins dos anos 30, existiam poucos empreendimentos de porte, a maioria empresarial, que apresentavam a Administração nos Estados Unidos. A tecnologia social denominada de Administração foi apresentada ao público em geral, incluindo os próprios administradores, há mais ou menos sessenta anos. A partir de então, tornou-se rapidamente uma disciplina, e não mais uma prática incerta e insegura de poucos estudiosos que acreditavam nela.

Desde a concepção efetiva como disciplina, há sessenta anos, seu impacto tem sido considerável na maneira como as organizações têm gerido seus negócios tanto quanto qualquer uma das realizações científicas do Século XX. Drucker (1987, p.22) enfatiza que se a Administração não tivesse se tornado uma disciplina sistematizada, nós não poderíamos ter organizado aquilo que é agora uma realidade social em todos os países desenvolvidos: a sociedade de organizações e a sociedade de empregados.

Os termos Administração, inovação, organização e empreendedorismo estão diretamente relacionados, mas podem caminhar de forma independente quando se trata de novos negócios. A inovação caracterizada por Peter Drucker em seu clássico *Inovação e Espírito Empreendedor* está inteiramente associada à tecnologia como forma de promover o desenvolvimento e despertar o espírito empreendedor, principalmente para o mercado norte-americano, ponto central da análise utilizada pelo pesquisador à sua época.

Com referência ao modelo norte-americano de empreendedorismo vigente na época, Drucker (1987, p.19) estimula a reflexão nesse sentido:

Alguma coisa, com toda certeza, aconteceu a jovens americanos, e para um número razoavelmente grande deles às suas atitudes, seus valores e suas ambições nos últimos vinte e cinco anos. Apenas está claro que não é aquilo que alguém, olhando aos jovens americanos dos fins dos anos 60, poderia ter predito. Como explicar, por exemplo, que, de um momento para outro, surja tanta gente disposta a trabalhar como doida por longos anos e enfrentar sérios riscos, em vez de ter a segurança das grandes organizações? Onde estão os hedonistas, os que buscam status, os "eu também", os conformistas?

Drucker (1987, p.20) concebe o surgimento da economia empreendedora como um evento tanto cultural e psicológico, quanto econômico ou tecnológico. Contudo, quais tenham sido as causas, os efeitos estão acima de todos os de ordem econômica. No caso do modelo norte-americano, o que viabilizou o aparecimento da chamada economia empreendedora são as novas aplicações da Administração para:

- Novos empreendimentos, comerciais ou não, enquanto que a maior parte das pessoas até agora tem considerado a Administração aplicável apenas a empresas existentes;
- Pequenos empreendimentos, enquanto que a maior das pessoas estava absolutamente certa até há poucos anos de que a Administração era só para os "grandões";
- Empreendimentos não comerciais (serviços de saúde, educação, e outros), enquanto que a maior parte das pessoas ainda ouve "empresa" quando depara com a palavra "administração";
- Atividades que simplesmente não eram consideradas "empresas" de maneira alguma, como pequenos restaurantes, por exemplo;
- E, acima de tudo, à inovação sistemática: à busca e ao aproveitamento de novas oportunidades para satisfazer carências e necessidades humanas.

Em seu clássico *Inovação e Espírito Empreendedor*, Drucker (1987, p.24) defende claramente que a Administração é a nova tecnologia (e não apenas uma nova ciência ou invenção qualquer) que está fazendo da econômica norte-americana uma economia empreendedora. Está também a ponto de fazer da América uma sociedade altamente empreendedora. Pretende-se nesse item relacionar a interdependência de conceitos e variáveis existentes entre os termos inovação, administração e empreendedorismo que, apesar de estarem ligados, apresentam características bem definidas quando tratados individualmente: princípios, práticas e a disciplina que efetivamente consolida cada termo ao longo do tempo.

Nos Estados Unidos, por exemplo, o empreendedor é frequentemente definido como aquele que começa o seu próprio, novo e pequeno negócio (DRUCKER, 1987, p.27). Na verdade, os cursos de empreendedorismo que se tornaram comuns e famosos nas escolas norte-americanas da Administração, são descendentes diretos dos cursos sobre como começar seu próprio negócio, oferecidos a partir da década de 50 e, em muitos casos, bastante semelhantes. Entretanto, nem todos os pequenos negócios novos são empreendedores ou representam empreendimento.

O Mac Donald's foi um caso de empreendimento. Ela não inventou nada, por assim dizer. O seu produto final vinha sendo produzido por qualquer restaurante nos Estados Unidos há muitos anos. O que a destacou e caracterizou sua imagem foi a aplicação dos conceitos de Administração e técnicas gerenciais (ao perguntar, por exemplo, o que é "valor" para o consumidor?), padronizando o produto, desenhando processos e equipamentos específicos para o seu negócio, baseando o treinamento do seu pessoal na análise do trabalho a ser feito e a partir dele, é claro, estabelecendo um alto padrão de qualidade, o que elevou drasticamente o rendimento dos recursos como também propiciou a criação de um novo mercado e um novo tipo de consumidor. Isso é realmente um empreendimento. Reconhecidamente, todas as empresas novas têm muitos pontos em comum. Entretanto, para ser empreendedora,

uma empresa tem que possuir algumas características especiais, além de ser nova e pequena. Na verdade, empreendedores constituem a minoria dentre as pequenas empresas. Eles criam algo novo, algo diferente; eles mudam ou transformam valores (DRUCKER, 1987, p.29).

A correlação existente entre inovação, administração e empreendedorismo é praticamente uma simbiose. Não há empreendedorismo sem inovação ainda que seja avaliado em forma de prestação de serviços ou algo diferente do tradicional assim como nenhum empreendimento – ainda que inovador – tende a prosperar sem a prática dos princípios básicos da Administração. Muitos empreendedores têm dificuldade para administrar e desenvolver o empreendimento que criaram. Essa é uma diferença básica entre a tomada de decisão empreendedora e a decisão administrativa. Consolidar uma empresa e extrair dela o máximo de benefícios em prol da coletividade e, principalmente, de quem a concebeu, é o que se pode chamar de empreendimento e empreendedor bem sucedido.

#### 2.1.6 O Processo Empreendedor

Empreendimentos de todos os tipos nascem e morrem diariamente em todos os países do mundo. Alimentar uma idéia e colocá-la em prática requer muito mais do que simples planejamento estratégico, ainda que muitos negócios tenham surgido pela simples vontade de se tentar algo novo. A idéia de um empreendimento pode surgir da observação, da percepção e análise das atividades, das tendências de desenvolvimento, na cultura, na sociedade, nos hábitos de consumo.

Muitos indivíduos têm dificuldades de levar suas idéias adiante e criar um novo negócio. Ainda assim, o empreendedorismo e as verdadeiras decisões que levam alguém a empreender resultam em milhões de empreendimentos concebidos em todas as partes do mundo, anualmente. A decisão de abandonar uma carreira ou o estilo de vida não é fácil. São exigidas muita energia e disposição para mudar e fazer algo novo e diferente, ou seja, "trocar o certo pelo duvidoso".

Hirisch (2004, p.30) pressupõe um incentivo ainda mais forte para superar a inércia e deixar o atual modelo estilo de vida para a criação de algo novo: a ruptura. Um número significativo de empresas é formado por pessoas que se aposentam ou são demitidas. Provavelmente, não há força maior do que o deslocamento pessoal para potencializar a vontade de agir de uma pessoa. Essa ruptura pessoal transforma-se, muitas vezes, no estopim necessário para o início de um novo empreendimento.

Segundo Bernardi (2006, p.63), por vezes, são frutos das habilidades, gostos e outras características pessoais, até mesmo por pessoas que não tiveram experiência no ramo, inovando ou criando novas formas de negócio. Normalmente, a idéia de empreender é concretizada de cinco formas:

- Montagem de um empreendimento;
- Compra de uma empresa em funcionamento;
- Sociedade num novo empreendimento;
- Sociedade num empreendimento em funcionamento;
- Franquia, muito utilizada quando não se conhece o ramo, o que economiza muitas etapas e estudos, além da diluição de riscos.

Há um mito que não é possível desenvolver o empreendedorismo, deve-se nascer empreendedor. Tomando-se por base uma análise mais criteriosa de diversos empreendimentos existentes, independentemente de sua etapa evolutiva, não se pode tomar essa premissa como verdade absoluta. Existem diversos exemplos de empreendedores que prosperaram nos negócios mesmo sem reunir a menor vocação para determinadas atividades, porém cercaram-se de bons profissionais, tecnicamente mais qualificados do que eles mesmos, para dar seqüência nos seus empreendimentos e se tornarem bem-sucedidos. Empreendedores como Henry Ford e Andrew Carnegie, no início do século XX, criaram verdadeiros impérios a partir de uma idéia inovadora e somente passíveis de realização por equipes altamente qualificadas.

Hisrich e Peter (2004, p.31) afirma que, provavelmente, não existe força maior do que o deslocamento pessoal para potencializar a vontade de agir de uma pessoa. O que faz com que a ruptura pessoal resulte na formação de uma nova empresa é a decisão de iniciar uma nova empresa quando o indivíduo percebe que isso é desejável e possível. Perceber que é desejável iniciar uma nova empresa é resultado da cultura, da subcultura, da família, dos professores, do ambiente, dos exemplos bem-sucedidos e do círculo de relacionamentos de uma pessoa.

Ser empreendedor e administrar um novo empreendimento é semelhante ao processo de criação dos filhos, exige mais tempo, disposição e esforço do que se imagina e é o processo de separação é extremamente doloroso. Aprende-se muito com a necessidade permanente de exposição e resolução de problemas levando-se em conta os riscos financeiros e emocionais que fazem parte do seu cotidiano. De modo geral, a importância do empreendedorismo, a ênfase da mídia e o ensino nas entidades educacionais surgem mais como consequência das mudanças tecnológicas e não apenas como um modismo a ser seguido.

O momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade (DORNELAS, 2001, p.21).

Este início de século está propício para o fortalecimento de um número cada vez maior de empreendedores, razão pela qual a maioria dos países está priorizando a capacitação de candidatos a empreendedor, a criação de incubadoras e a difusão do ensino nas escolas, faculdades e universidades em geral. Apesar dessa tendência, muitas pessoas não consideram o empreendedorismo como uma carreira.

A decisão de tornar-se empreendedor pode ocorrer aparentemente por acaso. Ao se perguntar a qualquer empreendedor o que o levou a criar uma empresa, pode-se deparar com respostas evasivas, tais como: não sei, foi por

acaso, sorte ou algo similar. De acordo com Dornelas (2001, p.39), a decisão ocorre devido a fatores externos, ambientais e sociais, a aptidões pessoais ou a um somatório de todos esses fatores, que são críticos para o surgimento e o crescimento de uma nova empresa.

O processo empreendedor dispara quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio. Quando se fala em inovação, a semente do processo empreendedor remete naturalmente ao termo inovação tecnológica que se constitui no diferencial do desenvolvimento econômico mundial. Entretanto, a realidade do empreendedorismo brasileiro demonstra pouca identidade com o conceito clássico defendido por Peter Drucker.

Dertouzos (1999) admite que a inovação tecnológica possui quatro pilares, os quais estão relacionados com fatores mencionados anteriormente: a) investimento de capital de risco; b) infra-estrutura de alta tecnologia; c) idéias criativas; d) cultura empreendedora focada na paixão pelo negócio.

O legítimo empreendedor vê a mudança como uma regra inviolável e em geral como sendo benéfica e transformadora. Toda mudança, quando associada de maneira otimista ao termo oportunidade, inicia o que pode ser chamado de processo empreendedor, pois o empreendedor em si reage a ela e tende a explorá-la da melhor forma possível. Isto define o futuro do empreendedor e também do empreendimento, porém diversas circunstâncias podem dar origem a um processo empreendedor ou ao empreendimento, que podem ou não se relacionar aos traços de personalidade, dentre as quais (BERNARDI, 2006, p.65):

a) O empreendedor nato

Apesar da controvérsia quando ao conceito utilizado, essa figura é a personalização integral do empreendedor que, geralmente, desde cedo, por motivos próprios ou influências familiares, demonstra traços de personalidade comum do empreendedor. O desenvolvimento de uma vocação tem forte relação com o tipo de autoridade familiar e o

ambiente motivacional familiar, tais como escala de valores e percepção de negócio.

b) O herdeiro

Pode ou não possuir características do empreendedor. Se constatado que se trata de um empreendedor por afinidade ou vocação, provavelmente dará continuidade ao empreendimento no qual foi inserido desde cedo, uma espécie de treinamento passivo, absorvendo conhecimentos e tomando gosto pelo negócio, o que é muito comum. Se não apresenta as características empreendedoras determinantes e acaba treinado por mera imposição, desde cedo, pode vir a ser um problema para a continuidade da empresa.

c) O funcionário de empresa

A falta de reconhecimento, o desequilíbrio entre suas contribuições e recompensas ao longo da carreira, a falta de interesses em suas idéias ou a interferência do processo burocrático onde está inserido provocam uma necessidade de se refazer para tentar algo novo alinhado com suas idéias e convicções, aptidões e habilidades específicas, a fim de reduzir o nível de frustração.

d) Excelentes técnicos

Com determinadas características de empreendedor, dispõe de razoável conhecimento a respeito do assunto, de *know how* sobre algum produto ou serviço e, possuir de experiência no ramo, decide iniciar um negócio por conta própria e risco.

e) Vendedores

Altamente entusiasmados pela dinâmica de suas atribuições cotidianas, conhecedores do mercado e com experiência no ramo, iniciam seu próprio negócio em indústria, comércio ou serviços. Tem grandes chances de prosperar, porém simples habilidade para venda não lhes garante o sucesso.

f) Opção ao desemprego

Trata-se de uma modalidade de emprego arriscada que, por questões circunstanciais, termina por ser adotada e acaba em dois desdobramentos possíveis:

- com características empreendedoras, há grande possibilidade de sucesso;
- sem características empreendedoras, há possibilidade de sucesso, dependendo de como a oportunidade for encarada.

g) Desenvolvimento paralelo

Munido de características empreendedoras e vislumbrando possibilidade futura, o empregado, estrutura-se entre amigos ou familiares e desenvolve um negócio derivado de sua experiência ou não, ou associa-se a outro ramo de atividades como sócio-capitalista. Trata-se de uma forma simples de manter a "segurança" no emprego formal e tentar se preparar para o futuro de maneira mais sólida, sem correr muito risco.

h) Aposentadoria

Com idade avançada e certa maturidade para os negócios e devido à idade precoce com que o mercado marginaliza as pessoas, inicia um próprio negócio, geralmente em comércio ou área de serviços.

O processo de iniciar um novo empreendimento está incorporado ao processo de empreender, que envolve muito mais do que a resolução de um problema em uma posição administrativa típica (HIRISCH, 2004, p.53). Um empreendedor deve encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade superando as forças que resistem à criação de algo novo. O processo tem quatro fases distintas: (1) identificação e avaliação da oportunidade; (2) desenvolvimento do plano de negócio; (3) determinação dos recursos necessários; (4) administração da empresa resultante.

Existem muitos elementos envolvidos em um negócio bem-sucedido, além de uma boa idéia ou uma idéia inovadora. Embora o empreendedor ideal nem sempre apresente o perfil traçado, há certas características do potencial empreendedor e certas tendências que poderão ser seguidas. Esse indivíduo passa pelo chamado processo empreendedor, o qual envolve as fases distintas e subseqüentes mencionadas no parágrafo anterior. É justo afirmar que cada etapa do processo é fundamental para a consolidação e o sucesso de qualquer empreendimento e cada uma está diretamente relacionada com as demais etapas. Segundo Hirisch (2004, p.69), antes que o estágio de identificação da oportunidade resulte em uma busca significativa, o empreendedor potencial deve ter uma idéia geral sobre o tipo desejado de empresa.

#### 2.1.7 O Brasil Empreendedor

O fenômeno da globalização e da Internet mudaram radicalmente a forma de as empresas fazerem negócios e se prepararem para competir num mercado cada vez mais dinâmico e em permanente estado de mudança. A redução dos postos de trabalho formal, da maneira como foram concebidos após a Revolução Industrial, tem obrigado os governos de vários países a canalizar esforços para a criação de novas alternativas de geração de emprego e renda a fim de acomodar a grande massa de trabalhadores lançados à sorte diariamente no mercado de trabalho. A necessidade de redução de custos, a competitividade, a qualidade e outros termos de entendimento nem sempre assimilados pelos trabalhadores, são frutos da necessidade de multiplicação do capital a qualquer custo considerando a inexistência de preocupação dos mercados com as estatísticas alarmantes do desemprego.

Dornelas (2001, p.25) associou o movimento do empreendedorismo no Brasil na década de 1990 à criação de entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade

Brasileira para Exportação de *Software*). Antes disso, o assunto praticamente não era abordado. Os ambientes político e econômico do país não eram propícios e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora tampouco para ajudá-lo a resolver problemas pontuais do seu negócio, fosse ele simples ou complexo.

Dados do GEM (2005) relatam que a maioria dos empreendedores brasileiros abre negócios pouco elaborados, em segmentos já testados e de alta concorrência e de baixo nível de inovação, seja tecnológica ou de mercado e, mais preocupante ainda, 30% dos empreendedores que abriram pequenos negócios não tiveram qualquer tipo de orientação. O relatório aponta ainda que o Brasil destaca-se entre as nações onde mais se criam novos negócios. O país registrou uma taxa de empreendedores iniciais de 11,3% tendo ocupado a sétima colocação dentre os 35 países participantes da pesquisa em 2005. Ficou ainda mais evidente, segundo o GEM, a influência do empreendedorismo por necessidade em relação aos demais países.

Criado com a finalidade de impulsionar o processo empreendedor no Brasil, pode-se afirmar que o SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário nacional, que busca junto a essa entidade todo o suporte necessário para iniciar sua empresa, exceto capital em grande monta, bem como consultoria para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio. O referido órgão se faz presente em todas as capitais e principais cidades brasileiras, com a missão de orientar os pequenos e médios empreendedores no planejamento e na concepção das empresas.

O histórico da entidade SOFTEX pode ser confundido com o histórico do empreendedorismo no Brasil na década de 1990. A organização foi criada com o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de várias ações que proporcionavam ao pequeno empresário do setor de informática a devida capacitação em gestão e tecnologia para competir no mercado

internacional. Foi com os programas criados no âmbito da SOFTEX em todo o país, junto a incubadoras de empresas e a universidades e cursos de ciências da computação e informática, que o assunto empreendedorismo despertou atenção na sociedade brasileira.

De acordo com dados divulgados pelo SEBRAE em 2002, o total de empresas formais em atividade no Brasil era de 4.918.370, nos setores da indústria, comércio e serviços. As microempresas representavam 93,6% do total, sendo o setor do comércio o mais representativo, com 95,4% das empresas desse porte. O total de MPE representava 99,2% do total de empresas existente no país (tabela 7).

TABELA 7 - NÚMERO DE EMPRESAS FORMAIS NO BRASIL, POR PORTE E SETOR DE ATIVIDADE - 2002

SEGMENTO	MICRO		PEQUENA		MÉDIA		GRANDE		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Indústria	439.013	90,7	37.227	7,7	6.548	1,4	1.430	0,3	484.218	100,0
Construção	116.287	91,9	8.282	6,5	1.694	1,3	221	0,2	126.484	100,0
Comércio	2.337.889	95,4	105.891	4,3	4.862	0,2	2.846	0,1	2.451.488	100,0
Serviços	1.712.418	92,3	122.609	6,6	10.548	0,6	10.605	0,6	1.856.180	100,0
TOTAL	4.605.607	93,6	274.009	5,6	23.652	0,5	15.102	0,3	4.918.370	100,00

FONTE: IBGE

NOTA: Extraído de SEBRAE/UED.

A geração de empregos nas empresas formais alcançava o total de 27.561.924 postos de trabalho em 2002, representando 42% de toda a população economicamente ativa no meio urbano. Desse total, 57,2% estavam empregadas em micro e pequenas empresas, alcançando 15.757.076 pessoas. O setor que mais empregava nas microempresas era o comércio, que ocupava 58,9% dos empregos nesse setor. O segundo setor que mais gerava empregos setorial (tabela 8).

TABELA 8 - NÚMERO DE PESSOAS OCUPADAS NAS EMPRESAS FORMAIS, POR PORTE E SETOR DE ATIVIDADE - 2002

SEGMENTO	MICRO		PEQUENA		MÉDIA		GRANDE		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Indústria	1.571.608	90,7	1.471.254	7,7	1.322.673	1,4	2.256.721	0,3	6.622.256	100,0
Construção	356.660	91,9	339.777	6,5	327.135	1,3	284.005	0,2	1.307.577	100,0
Comércio	4.664.545	95,4	1.772.233	4,3	327.443	0,2	1.161.426	0,1	7.925.647	100,0
Serviços	3.374.388	92,3	2.206.611	6,6	722.852	0,6	5.402.593	0,6	11.706.444	100,0
TOTAL	9.967.201	93,6	5.789.875	5,6	2.700.103	0,5	9.104.745	0,3	27.561.924	100,0

FONTE: IBGE

NOTA: Extraído de SEBRAE/UED.

O Relatório Economia Informal Urbana divulgado pelo SEBRAE em 2005 também indica que 99,2% das empresas constituídas no Brasil são de micro, pequeno e médio porte e proporcionam renda a uma massa considerável de aproximadamente 14 milhões de trabalhadores (tabela 9).

TABELA 9 - EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE EMPRESAS INFORMAIS E DAS PESSOAS OCUPADAS 1997-2003

VAR	1997			2003			Variação 1997/2003 (%)		
	Total	Conta Própria	Empregador	Total	Conta Própria	Empregador	Total	Conta Própria	Empregador
Total de Empresas	9.477.973	8.151.616	1.326.357	10.335.962	9.096.912	1.239.050	9,1	11,6	-6,6
Pessoas Ocupadas	12.870.421	8.589.588	1.568.954	13.860.868	9.514.629	1.448.629	7,7	10,7	-7,7

FONTE: IBGE - Pesquisa Informal Urbana - ECINF 2003

O crescimento acelerado do número de empreendedores no Brasil de maneira desordenada e não planejada implica na necessidade e urgência de revisão de uma série de ações estruturais do Governo – em todas as suas instâncias – para dar suporte aos novos aventureiros do complicado mundo do empreendedorismo, o qual exige coragem, ousadia, criatividade e determinação. Até meados da década de 90, termos como Plano de Negócios (*Business Plan*) e Planejamento Estratégico eram praticamente desconhecidos e até ridicularizados pelos pequenos empresários.

No conjunto dos países pesquisados pelo GEM, a percepção de oportunidades motiva a maioria dos negócios. Entretanto, nos países de maior renda a proporção de empreendedores que iniciam seus negócios por esse motivo é substancialmente mais alta do que nos países de renda média. Os resultados do GEM sugerem que existe uma relação entre a motivação predominante para empreender em um país e as chances de sobrevivência dos novos negócios. Aparentemente, essas são superiores em países que são maiores as proporções de empreendimentos orientados por oportunidades.

No caso específico do Brasil, o empreendedorismo por necessidade continua elevado, tendo registrado na Pesquisa do GEM (2005), 47%, além de outros fatores que merecem um estudo mais aprofundado, tais como o baixo nível de formação educacional dos empreendedores em geral, dos quais apenas 14% possuem curso superior e 30% sequer concluíram o ensino fundamental. Outros fatores como acesso restrito ao crédito, excesso de burocracia, carga tributária elevada e taxa de juros incompatíveis com a possibilidade de absorção tornam a vida dos micros, pequenos e médios empresários um desafio permanente de superação, razão pela qual se considera imprescindível repensar o ambiente perverso dos pequenos negócios.

Os critérios adotados na pesquisa incluem os trabalhadores da economia informal, considerados empreendedores sob o ponto de vista da renda e ocupação. Dados do Relatório de Economia Informal Urbana 2003 indicam que as atividades econômicas preponderantes no setor informal eram Comércio e Reparação (33%), seguido de Construção Civil (17%) e Indústria de Transformação e Extrativa (16%).

Do total de pequenas empresas ligadas à Construção, 99,8% eram informais. A segunda maior proporção de empresas informais foi identificada entre as de Serviços Coletivos, Sociais e Pessoais: do universo de pequenas empresas ligadas a essas atividades, 99,3% eram informais. Por outro lado, aquelas de Atividades Imobiliárias, aluguéis e Serviços prestados às empresas apresentaram maior participação de empresas formais (tabela 10).

TABELA 10 - EMPRESAS NÃO-AGRÍCOLAS COM ATÉ 5 EMPREGADOS E EMPRESAS DO SETOR INFORMAL SEGUNDO OS GRUPOS DE ATIVIDADES

ATIVIDADE	EMPRESAS NÃO AGRÍCOLAS COM ATÉ 5 EMPREGADOS		EMPRESAS DO SETOR INFORMAL	
	Abs.	%	Abs.	%
Indústrias de Transformação Extrativa	1.652.597	15,70	1.630.580	15,80
Construção Civil	1.812.185	17,20	1.808.840	17,50
Comércio e Reparação	3.505.441	33,30	3.403.804	32,90
Serviços de Alojamento e Alimentação	729.078	6,90	719.107	7,00
Transporte, Armazenagem e Comunicações.	837.297	8,00	821.421	8,00
Atividades Imobiliárias, Aluguéis e Serviços Prestados às Empresas	684.663	6,50	655.467	6,30
Educação, Saúde e Serviços Sociais.	351.742	3,30	341.135	3,30
Outros Serviços Coletivos, Sociais e Pessoais	829.776	7,90	823.751	8,00
Outras Atividades	35.355	0,30	34.036	0,30
Atividades Mal Definidas	87.821	0,80	87.821	0,80
TOTAL	10.525.954	100,0	10.335.962	100,0

FONTE: IBGE - Pesquisa Informal Urbana - ECINF 2003

Um país mais justo e equilibrado socialmente passa necessariamente pelo estímulo à criação e sustentabilidade das MPES – mais formais do que informais - o que, por sua vez, sugere melhor distribuição de renda e melhoria da qualidade de vida das pessoas. Se a finalidade é esta, o fortalecimento das entidades associadas ao estudo e difusão do termo empreendedorismo e a redução da informalidade para o fortalecimento da economia, o intercâmbio de idéias e experiências, no âmbito acadêmico ou no profissional, tornam-se inevitáveis. Entender essa necessidade de criação e fortalecimento é tarefa que depende da canalização de esforços da iniciativa pública e privada para tornar o Brasil um país empreendedor.

## 2.2 A FORMAÇÃO DA CULTURA EMPREENDEDORA

### 2.2.1 Reflexões Sobre a Cultura Empreendedora

Entender a cultura empreendedora de determinada região ou país e sua contribuição para o desenvolvimento através da criação de empregos e geração de renda é um grande desafio para governantes em qualquer lugar do mundo. Por

razões de ordem política e cultural, o trabalhador brasileiro, de maneira geral, habituou-se a uma extrema dependência da relação de trabalho formal, o que inibiu a sua criatividade e iniciativa para a criação do próprio negócio. Em países de cultura empreendedora mais desenvolvida como a Dinamarca, Estados Unidos e Japão, as pessoas aprendem a agir como empreendedores, utilizando-se de ferramentas baseadas no interesse em buscar mudanças, reagir a elas e explorá-las como oportunidades de negócios. Uma cultura empreendedora consolidada reflete basicamente as condições proporcionadas pelo governo para a criação de novos modelos de negócio, empregos e geração de renda com vistas ao crescimento econômico.

O Relatório do GEM (2005) revela que os empreendedores iniciais no Brasil diferenciam-se bastante dos demais países, onde apenas 55% dos empreendedores iniciais dedicam-se exclusivamente ao negócio. Essa dedicação integral, de forma esperada, é maior entre os empreendedores estabelecidos. 69% dele afirmam dedicar-se integralmente ao seu empreendimento, e ainda assim esse número é inferior ao índice verificado nos demais países pesquisados. O cálculo da razão entre a taxa de empreendedores estabelecidos e a taxa de empreendedores iniciais permite uma panorâmica das condições de sobrevivência dos negócios, na medida em que quanto maior for essa razão, maior será a prevalência de negócios com mais tempo de vida. A probabilidade de sobrevivência, ou seja, de negócios em estágio inicial se tornarem estabelecidos, é maior em países de renda mais alta do que nos países de renda média. O Brasil, espelhando essa constatação, ocupa a 14<sup>a</sup> posição entre os empreendedores estabelecidos e em estágio inicial. A avaliação do GEM revela a significativa variação entre os países nas chances em que os empreendedores têm de sobreviver no mercado por mais de 42 meses (tabela 11).

TABELA 11 - RAZÃO ENTRE EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS  
E EMPREENDEDORES INICIAIS POR PAÍSES - 2005

PAÍSES	RAZÃO	POSIÇÃO
Japão	2,45	1
Finlândia	1,73	2
Grécia	1,61	3
Suíça	1,60	4
Suécia	1,56	5
Eslovênia	1,44	6
Bélgica	1,43	7
Espanha	1,36	8
Holanda	1,30	9
Itália	1,30	10
Hungria	1,06	11
China	0,96	12
Dinamarca	0,92	13
Brasil	0,89	14
Austrália	0,88	15
Irlanda	0,82	16
Reino Unido	0,82	17
Canadá	0,79	18
Noruega	0,79	19
Alemanha	0,78	20
Letônia	0,75	21
Áustria	0,73	22
Islândia	0,68	23
Tailândia	0,68	24
Cingapura	0,66	25
Nova Zelândia	0,62	26
Croácia	0,60	27
Jamaica	0,56	28
Argentina	0,52	29
França	0,42	30
Estados Unidos	0,38	31
Chile	0,34	32
Venezuela	0,34	33
México	0,32	34
África do Sul	0,35	35
MÉDIA	0,92	

FONTE: Relatório GEM 2005 (*Executive Report*)

O esforço de muitos governantes merece destaque em diversos Estados e Municípios brasileiros, porém ainda há um enorme caminho a percorrer considerando-se os diferentes critérios ou mesmo a falta de critérios a serem adotados para uniformização da legislação pertinente ao assunto. Em geral, a preocupação fica por conta dos critérios de classificação das empresas dentro do sistema tributário de arrecadação dos impostos, foco principal de atenção dos

governantes, preocupados em manter e ampliar as receitas para a sustentabilidade da máquina pública.

Degen (1989, p.9) afirma que a riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. Por este motivo, é oportuno afirmar que os melhores recursos disponíveis para solucionar os graves problemas socioeconômicos do Brasil passam, necessariamente, pela liberação e fortalecimento atividade empreendedora, através da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços. Para que isso aconteça na prática, iniciativas empreendedoras locais são partes fundamentais dessa necessidade de transformação em todos os setores da economia nacional, principalmente quando se trata de PME.

Imaginar que o desenvolvimento local possa depender ou se sustentar exclusivamente pela definição de políticas públicas em todas as esferas do governo não contribui em nada para o fortalecimento dos pequenos empreendimentos, considerados vitais para o desenvolvimento econômico de qualquer país. A cultura empreendedora é composta por diferentes fatores e se faz presente em diferentes medidas de acordo com a região, a cidade, o país e até mesmo em cada empreendedor. A viabilidade econômica de determinada região depende, basicamente, da cultura empreendedora existente no local.

As PME são importantes não somente na geração de empregos, mas na geração de divisas, na proposta de inovações, na redução de desequilíbrios regionais e na melhoria da distribuição de renda. Através da criação de uma cultura empreendedora, países como Estados Unidos, Itália e Taiwan se tornaram centros de referência em empreendedorismo para o mundo, transformando-se em verdadeiras potências tecnológicas geradoras de riqueza e desenvolvimento econômico.

### 2.2.2 O Desenvolvimento da Cultura Empreendedora

Degen (1989, p.15), afirma existir uma grande variedade de motivos que levam as pessoas a ter seu próprio negócio. Alguns dos mais comuns são: vontade

de ganhar muito dinheiro, mais do que seria possível como empregado; desejo de sair da rotina e levar suas próprias idéias adiante; vontade de ser seu próprio patrão e não ter de prestar satisfações a ninguém sobre seus atos; a necessidade de provar a si mesmo e aos outros de que é capaz de realizar um empreendimento e o desejo de desenvolver algo que traga benefícios, não apenas para si, mas para a sociedade. Para cada empreendedor, tais motivos são uma ponderação dos expostos, acrescidos de algumas particularidades próprias. São fatores que contribuem para a formação de uma cultura empreendedora, mas o papel dos governos também é fundamental e imprescindível para a criação de uma nova consciência nos negócios.

Entender a cultura empreendedora e torná-la útil no empreendimento é um grande desafio no mundo de hoje. Os administradores de herança (que herdaram os negócios da família) sabem que uma das principais características do empreendedor não é transmitida de pai para filho: a visão futura do negócio que faz com os sucessores nem sempre correspondam às expectativas do empreendedor original.

O gerenciamento empreendedor precisa começar no topo de uma empresa, para depois contaminar a cultura e todos os sistemas de organização. Drucker (1987, p.197), vê a administração empreendedora como uma administração diferente, sistemática, organizada e deliberada, de forma que os empreendedores enfrentem com ousadia e determinação decisões sobre seus próprios papéis e seus próprios compromissos.

Dornelas (2001, p.20) vai além:

A economia e os meios de produção e serviços também se sofisticaram, de forma que hoje existe a necessidade de se formalizar conhecimentos, que eram apenas obtidos empiricamente no passado. Portanto, a ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não é apenas um modismo. A competição na economia força novos empresários a adotar paradigmas diferentes.

Particularmente, entendo que o incentivo à educação empreendedora é capaz de fortalecer a iniciativa empreendedora pelo fato de introduzir na cultura

valores como autonomia, independência, capacidade de gerar o próprio emprego, de inovar e gerar riqueza, capacidade de assumir riscos e de crescer em ambientes tumultuados, o que não é tão simples, mas determinante na criação de uma cultura empreendedora.

Para o empreendedor brasileiro, as restrições financeiras são fortes barreiras à abertura de novos negócios, quer pelas dificuldades de acesso ao capital, quer pelas próprias condições de econômicas desfavoráveis de uma população empobrecida, a cuja maioria falta recursos para sobreviver e abrir negócios viáveis. O sistema financeiro formal, quando abre as portas para o empreendedor nacional, o faz através da imposição de uma série de barreiras que elevam o custo do dinheiro. Por um lado, as taxas de juros estão entre as mais elevadas do mundo. Por outro lado, somam-se a isso as exigências de garantias reais excessos burocráticos para a aprovação dos empréstimos, o que acaba interferindo sobremaneira na criação e consolidação de uma cultura empreendedora.

Diferentes recomendações em relação ao desenvolvimento de uma cultura empreendedora não são suficientes para manter os negócios estáveis e duradouros em qualquer país. Muitas oportunidades exigem mais do que mera sorte ou intuição. Elas exigem que a empresa busque a inovação, organize-se adequadamente e seja administrada de maneira a poder explorá-la (DRUCKER, 1987, p.75). Especificamente em relação ao Brasil, não se pode afirmar que a cultura empreendedora tenha sido algo construído de maneira planejada ao longo da história. Embora existam referências e características empreendedoras comparadas aos países como Estados Unidos, Itália e Dinamarca, foi somente a partir da década de 1990 que o assunto ganhou importância com a criação do SEBRAE e da SOFTEX, conforme mencionado anteriormente.

Desenvolver uma cultura empreendedora é um grande desafio para qualquer país. Transformá-la em foco por iniciativa e não por necessidade torna-se um desafio maior ainda e isso está associado ao desenvolvimento de uma cultura empreendedora capaz de alterar o *status quo* e o estado de letargia dos governos a fim de transformá-la em prioridade para o fortalecimento da economia local.

Cunha et al. (2003, p.17) defende que uma cultura empreendedora gera prosperidade econômica ao proporcionar altas taxas de criação de novas empresas. Por se tratar de um fenômeno social e cultural, existem famílias, cidades, regiões e países mais empreendedores que outros. Experiências vividas pelos empreendedores da Região da Emilia Romagna na Itália e a dos Parques Industriais e Científicos de Taiwan comprovam os efeitos econômicos positivos sobre a economia local.

Drucker (1987, p.361) ressalta que, em uma sociedade empreendedora, os indivíduos enfrentam um enorme desafio, desafio este que precisam explorar como sendo uma oportunidade: a necessidade por aprendizado e aprendizado continuados. A cultura empreendedora torna o indivíduo capaz de questionar e levar em consideração o impacto das medidas governamentais na capacidade da sociedade para inovar.

Nos países participantes do GEM, as pessoas envolvidas em atividades empreendedoras, quer sejam iniciais, quer sejam estabelecidas, tendem a ter mais confiança em suas próprias capacidades. Além disso, têm mais probabilidade de conhecer outros empreendedores e estão mais atentas a oportunidades inexploradas. Outra característica distintiva é fato de os empreendedores afirmarem com mais frequência que o medo de fracassar não impediu o início de um novo negócio. Direta ou indiretamente, a cultura empreendedora faz parte do dia-a-dia dos brasileiros. Segundo o relatório do GEM, quase 60% dos empreendedores iniciais afirmaram conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos.

Essa porcentagem cai a, respectivamente, 50% e 35% entre os empreendedores estabelecidos e os não empreendedores, o que indica que negócios geram mais negócios, daí a importância de uma cultura e um ambiente empreendedor mais fecundo. Os resultados do GEM revelam que a mentalidade empreendedora é um aspecto francamente favorável no Brasil. Os

empreendedores iniciais são mais otimistas: praticamente 55% deles afirmam perceber que boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem nos próximos seis meses. Metade dos estabelecidos apresenta o mesmo otimismo, enquanto entre os não empreendedores encontra-se a menor proporção: aproximadamente 43% (tabela 12).

TABELA 12 - MENTALIDADE EMPREENDEDORA, SEGUNDO EMPREENDEDORES INICIAIS, EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS E NÃO EMPREENDEDORES

AFIRMAÇÕES	EMPREENDEDORES INICIAIS (%)	EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS (%)	NÃO EMPREENDEDORES (%)
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos	57,20	50,10	35,50
Afirmam perceber para os próximos 6 meses boas oportunidades para se começar um novo negocio na região onde vivem	54,70	48,70	43,30
Consideram possuir o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio	78,60	78,70	51,00
O medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio	69,90	64,10	58,70
Consideram que no Brasil a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira	83,30	72,80	78,10
Consideram que no Brasil, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio tem status e respeito perante a sociedade	80,70	77,70	74,90
Consideram que no Brasil se vê frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos	79,30	70,40	72,40

FONTE: Relatório GEM 2005 - Pesquisa de Campo 2003/2005

A autoconfiança é uma marca dos empreendedores brasileiros, iniciais ou estabelecidos, de acordo com o relatório do GEM (2005). Praticamente quatro em cada cinco empreendedores acreditam possuir o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio, percentual que se reduz a 51% entre os não empreendedores, apesar de este ser ainda um número elevado. Os brasileiros têm ainda a ousadia necessária para uma atividade tipicamente

caracterizada por riscos. Tanto nas duas categorias de empreendedores quanto no restante da população mais de 60% dos pesquisados afirmaram que o medo de fracassar não impediria o início de um novo negócio, com ligeira vantagem para os empreendedores iniciais, entre os quais tal percentual aproximou-se dos 70%.

Os empreendedores pesquisados afirmam que, no Brasil, a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como opção desejável de carreira. O empreendedor bem-sucedido é muito valorizado na sociedade brasileira e segundo a pesquisa do GEM, mais de 80% dos empreendedores iniciais consideram que, no país, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm *status* e respeito perante a sociedade. Em síntese, o Brasil tem um povo cujo alto potencial empreendedor não pode ser desprezado, o que em parte se reflete no fato de um em cada cinco trabalhadores ser um homem ou uma mulher de negócios. A questão é se as políticas e os programas, bem como a ação dos atores envolvidos, estão chegando de maneira eficaz a esse enorme público. Outro aspecto relevante é o fato de que todos os empreendedores pesquisados têm uma visão mais positiva do empreendedorismo.

O desenvolvimento de uma cultura empreendedora nacional pressupõe a existência de uma mentalidade empreendedora mais forte. As desigualdades sociais contribuem sobremaneira para o estímulo de uma cultura empreendedora no Brasil, independentemente das dificuldades enfrentadas pelos empreendedores para abertura de novos negócios, as quais - vale ressaltar - são barreiras ao desenvolvimento do empreendedorismo no país.

Bernardi (2006, p.55) revela que um empreendimento que cria condições competitivas saudáveis, em face das exigências ambientais, deve estruturar-se de forma adaptativa e integrativa e enfatizar um comportamento sistêmico, em vez de unicamente competitivo. A realidade do empreendedorismo brasileiro atual exige reflexão profunda, mudança de postura e o fortalecimento de uma cultura empreendedora própria para criar condições competitivas para trabalhar num modelo mais abrangente.

Sobreviver num mercado altamente competitivo significa modernizar a empresa e direcionar-se, mudar e criar condições propícias ao desenvolvimento de condições saudáveis de competitividade. A quantidade e a velocidade das mudanças na atualidade e as profundas transformações nos ambientes, social, cultural e empresarial, com padrões indefinidos, mostram a necessidade de buscar caminhos e alternativas na forma de planejar, organizar e operacionalizar uma empresa.

Bernardi (2006, p.56) afirma que, no Brasil, a despeito de todos os esforços de modernização do país, verificam-se ainda vulnerabilidades empresariais visíveis e acentuadas quando comparadas a padrões mundiais, e que há necessidade de mudança. É preciso que se perceba com clareza que o sistema global interfere sobremaneira na forma de gerir os negócios em todos os países do mundo ocidental, portanto, o desenvolvimento de uma cultura empreendedora voltado para a busca incessante do lucro e da perpetuidade das empresas são desafios em si mesmos.

O desenvolvimento acelerado da informática, das comunicações e da tecnologia em geral, gerando novos processos e materiais, e com a constante evolução dos padrões de conduta e dos valores sociais, as mudanças no mundo dos negócios são cada vez mais rápida e representam, ao mesmo tempo, um permanente desafio e oportunidades para as empresas. Contudo, novas e promissoras oportunidades no mundo dos negócios passam, obrigatoriamente, pelo desenvolvimento e fortalecimento de uma cultura empreendedora, algo impossível sem a cumplicidade dos governos.

Pensar em pequenas empresas não significa pensar na idéia de ser frágil. O mercado tem provado que empresa fragilizada não tem necessariamente algo a ver com ser pequena. Ser pequeno não significa ser fraco, assim como ser grande não traduz competência (CUNHA et al., 2003, p.37). A força está no espírito empreendedor e as boas oportunidades do momento estão se deslocando para as empresas de pequeno porte que possuem forte espírito empreendedor.

Há quase vinte anos, Drucker (1987, p.364) defendeu o surgimento e a necessidade da sociedade empreendedora, um importante ponto crucial da história, segundo ele. Há cento e trinta anos, o pânico mundial de 1873 acabou com o século do Laissez-Faire que havia iniciado com a publicação do livro de Adam Smith, a Riqueza das Nações, em 1776. No pânico de 1873, nascera o moderno Estado do Bem-Estar Social e, exatamente, cem anos depois, em 1973, esse estado também chegou ao fim, com a crise mundial do petróleo. Apesar dos desafios econômicos e demográficos de uma população cada vez mais idosa e com taxa de nascimento decrescente, ele poderá ressuscitar somente se a chamada economia empreendedora tiver êxito em elevar consideravelmente a produtividade a fim de recuperá-lo.

### 2.2.3 Empreendedorismo e Desenvolvimento Econômico

Em geral, o empreendedorismo é uma prática extremamente arriscada. E, na verdade, em áreas tão visíveis de inovação, como as de alta tecnologia e de microcomputadores, por exemplo, ou Biogenética, o índice de fracassos é elevado, e as chances de êxito, ou mesmo de sobrevivência, parecem ser bastante baixas, segundo Drucker (1987, p.37). Empreender é uma atividade arriscada, principalmente pelo fato de tão poucos dos denominados empreendedores sabem o que estão fazendo. Falta-lhes metodologia e, frequentemente, eles tendem a violar regras elementares e bem conhecidas para consolidar o negócio no mercado.

O empreendedorismo é o principal fator de desenvolvimento econômico de um país. Países com cultura empreendedora elevada, as perspectivas de crescimento econômico são muito maiores (CUNHA et al., 2003, p.16). O que sustenta a atividade empreendedora de um país é a existência de um conjunto de valores sociais e culturais que estimulam a criação de novas empresas e, por consequência, geram prosperidade e riqueza ao seu redor.

Por volta de 1910, havia cerca de duzentas empresas automobilísticas somente nos Estados Unidos. No começo dos anos 30 o número foi reduzido para vinte e em 1960 para apenas 4 empresas. Nos anos 20, centenas de empresas estavam produzindo aparelhos de rádio e outras centenas estavam montando estações de rádio, porém, em 1935, o controle das transmissões de rádio estava nas mãos de apenas três redes e restava apenas uma dúzia de fabricantes de aparelhos de rádio.

De 1880 a 1890 houve uma explosão de números de jornais e os jornais estavam entre as indústrias de maior crescimento naquela época áurea dos Estados Unidos. O mesmo ocorreu com os bancos. Ao final da Primeira Guerra Mundial em todo país adiantado restaram apenas alguns bancos que tinham importância além do nível local, fossem eles comerciais ou privados. A cada vez, sem exceção, a empresa sobrevivente era uma empresa que começara durante o início do período de explosão. Depois que o período terminava, a entrada no setor acabava impedida para tais propósitos práticos.

Drucker (1987, p.169) revela que existe uma "janela" de uns poucos anos durante a qual uma nova empresa de risco deve estabelecer-se em qualquer novo setor industrial baseado em conhecimento. Hoje, acredita-se comumente que essa "janela" ficou menor. Porém, isso é um equívoco, segundo ele, tanto quanto o de que o tempo de espera entre o surgimento do novo conhecimento e sua conversão em tecnologia, produtos e processos tornou-se menor.

O "boom" das estradas de ferro dos anos 1830 confinou-se à Inglaterra; mais tarde, todo país teve seu "boom" local bem separado de um anterior no país vizinho. O "boom" dos equipamentos elétricos já se estendeu cruzando fronteiras nacionais, assim como ocorreu com o "boom" do automóvel vinte e cinco anos depois. Apesar disso, ambos se restringiram aos países industrialmente desenvolvidos na época. O termo "industrialmente desenvolvido" hoje engloba, contudo, um território muito maior. Inclui o Japão, o Brasil e atualmente pode incluir o território chinês, estimulado pela comunicação instantânea e a globalização dos mercados.

Todas as idéias inovadoras que impulsionaram o desenvolvimento econômico de países como Estados Unidos, Inglaterra e Japão tiveram seus ciclos de ascensão e queda, porém o fortalecimento de uma cultura empreendedora foi determinante abrir caminhos e criar base sustentável para uma economia forte e globalizada. Essa premissa é sustentada por Drucker (1987, p.349) quando ele afirma que o desenvolvimento econômico não se sustenta sem o desenvolvimento de uma cultura empreendedora. É necessário criar fórmulas de desenvolvimento econômico sustentável eliminando o círculo vicioso da criação e do fechamento de novos negócios. No mínimo, a criação de novas empresas deve ser sempre superior ao fechamento de empresas existentes. O que precisamos é de uma sociedade empreendedora, na qual a inovação e o empreendimento sejam normais, estáveis e contínuos.

Instituições, sistemas e políticas eventualmente duram mais dos que os seus próprios criadores, em geral os governantes, da mesma forma que produtos, processos e serviços. Todos conseguem isso quando alcançam seus objetivos, e o conseguem também quando não alcançam seus objetivos. Os mecanismos podem ainda estar palpitando, segundo Drucker (1987, p.348).

A inovação e o espírito empreendedor difundido por ele são instrumentos fundamentais para o desenvolvimento econômico de qualquer país. São necessários na sociedade tanto quanto na economia; nas instituições de serviço público quanto em empresas privadas. O que precisamos é de uma sociedade empreendedora no sentido literal da palavra, onde a inovação e o empreendimento sejam normais, estáveis e contínuos. Isso requer mudança de mentalidade em todas as instituições, onde a inovação e o empreendimento sejam considerados atividades corriqueiras, parte do cotidiano, uma prática em seu próprio trabalho.

O Relatório do GEM (2005) divulgou que a abertura do mercado brasileiro foi vista positivamente sob o prisma da inserção do Brasil de uma forma mais pró-ativa no comércio internacional e dos novos arranjos organizacionais constituídos a

partir de processos de privatização de empresas estatais e terceirização. Como obstáculo ao desenvolvimento econômico, os empreendedores foram enfáticos ao destacar, de forma negativa, os programas e políticas governamentais, o suporte financeiro ao empreendedorismo e a situação da educação no país. Como aspecto positivo, favorável ao desenvolvimento econômico, ressalta-se a percepção que os especialistas possuem em relação às oportunidades para empreender, única condição em que a média dos especialistas brasileiros é mais favorável do que a média mundial.

Com relação a isso, Drucker (1987, p.353) afirma que existem duas áreas onde a sociedade empreendedora requer uma inovação social substancial: a primeira é uma política para cuidar de trabalhadores redundantes, ou seja, aqueles mal preparados para encontrar colocação, para mudar de endereço ou ainda para se deslocar. Eles não têm instrução, nem habilidade, nem posição social e, acima de tudo, nem muita autoconfiança. A outra inovação social necessária é tanto mais radical quanto mais difícil e sem precedentes: organizar o abandono sistemático de políticas sociais desgastadas e de instituições de serviço público obsoletas. Segundo ele, isso não constituiu um problema na última grande era empreendedora; há mais de cem anos havia poucas dessas políticas e instituições. Agora, existe em abundância, por conta da preocupação dos governos com o desenvolvimento do advento do empreendedorismo como fonte de geração de renda e emprego.

#### 2.2.4 O Papel dos Empreendedores

O papel dos empreendedores no desenvolvimento econômico de um país envolve muito mais do que produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade (HISRICH e PETER, 2004, p.33). Tal mudança é acompanhada pelo crescimento e por maior produção, o que permite que mais riqueza seja dividida pelos vários participantes e proporcione

melhor distribuição de renda e, conseqüentemente, maior crescimento econômico através da geração de novos empregos e movimentação econômica.

O crescimento substancial do número de empreendedores em todos os países pesquisados pelo GEM revela uma tendência quase que irreversível de migração dos empregos formais para a remota possibilidade de sucesso à frente do seu próprio negócio, independentemente das razões, segundo Hisrich e Peter (2004, p.31):

A decisão de abandonar uma carreira promissora ou de reiniciar uma nova carreira por força da demissão e ter que alterar profundamente o estilo de vida não é algo relativamente simples. A carga de energia e a coragem necessária para mudar e fazer algo novo, diferente, para o qual não está preparado, exige do empreendedor uma revolução no conceito de renda e forma de gerir os negócios. Embora as pessoas em geral apresentem ligeiras tendências de abrir seus próprios negócios em áreas onde possui determinada experiência e conhecimento, talvez um incentivo ainda mais forte para superar a inércia e deixar o atual estilo de vida para criar algo novo venha de uma força negativa – a ruptura. Um número significativo de empresas é formado por pessoas que se aposentaram ou foram demitidas.

Schumpeter (1982, p.72) descreve o papel do empreendedor como o de reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo mais geral, um método tecnológico não-experimentado, para produzir um novo bem ou um bem antigo de uma maneira nova, abrindo uma fonte de suprimento de materiais, ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor. Para quem inicia seu próprio negócio em qualquer circunstância, seja por iniciativa ou por necessidade, a experiência pode se mostrar revestida de entusiasmo, ansiedade, trabalho duro e muita frustração.

O alto índice de mortalidade das empresas – em torno de 59,9% até o quarto ano de funcionamento – de acordo com o Relatório de Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil, divulgado pelo SEBRAE em agosto de 2004, destaca os seguintes aspectos de fracassos: vendas muito baixas, concorrência intensa e desleal, falta de capital ou ainda incapacidade administrativa. Apesar das estatísticas, recessão, inflação, altas taxas de juros, falta de infra-estrutura, incerteza

econômica e grande probabilidade de fracasso, milhares de empresas são constituídas anualmente no país.

O alto índice de pessoas envolvidas com atividades empreendedoras pode ser analisado como um fator positivo quanto à pró-atividade brasileira em buscar uma atividade independente do sistema provedor de empregos, segundo o Relatório do GEM (2004). Dessa forma, o ambiente econômico brasileiro é caracterizado pelo perfil dos empreendedores que modificam cenários e acreditam em seus sonhos.

Gerber (2004, p.15) diz que a personalidade empreendedora é aquela capaz transformar a situação mais trivial em uma oportunidade excepcional. Na ciência, a personalidade empreendedora funciona na mais abstrata e menos pragmática área das partículas físicas, da matemática pura e da astronomia teórica; na arte, é bem-sucedido no tênue círculo da vanguarda; nos negócios, o papel fundamental do empreendedor é a inovação, a estratégia, a criação de novos métodos para se criar ou penetrar em novos mercados. A personalidade empreendedora formulada por Gerber, aliado ao papel descrito por Schumpeter formam o perfil básico do empreendedor, de forma que o seu papel pode ser resumido da seguinte forma:

- a) Revolucionar o padrão de produção; destruir a ordem econômica existente;
- b) Inovar em todos os sentidos; criar novos métodos, produtos, serviços e soluções de toda ordem;
- c) Transformar uma simples atividade em um negócio altamente rentável;
- d) Gerar riqueza através da criação de novas demandas.

Dolabela (2001, p.9) afirma que o grau de empreendedorismo no Brasil é alto por causa do grande número de pessoas que não tem acesso a emprego. Se o sujeito não abre o próprio negócio, morre de fome. Tal afirmação permite deduzir

que o nível de empreendedorismo no Brasil é alto porque as pessoas estão buscando novas alternativas de sobrevivência e não porque identificaram uma oportunidade no mercado de trabalho. Por outro lado, quase ignorando as estatísticas de abertura e fechamento de novos empreendimentos no Brasil e no mundo (tabela 13), ainda se verifica que o empreendedor brasileiro permanece otimista em relação ao futuro e arrisca na geração de sua própria renda. Pode-se dizer que o potencial de empreendedorismo é elevado, mas as condições de concretizar e manter um negócio são relativamente baixas.

TABELA 13 - TEMPO MÉDIO DE ABERTURA E FECHAMENTO DAS EMPRESAS

PAÍS	ABERTURA (Dias)	FECHAMENTO (Anos)
Austrália	3	1,0
Estados Unidos	4	1,5
França	8	1,9
México	8	1,8
China	13	2,4
Argentina	32	2,8
Namíbia	95	1,5
Brasil	152	4,0

FONTE: *Doing Business Report* - Banco Mundial - 2006

Os empreendedores determinados não focalizam obstáculos e sim as oportunidades de negócios. Cabe a eles fomentar o maior número de idéias possível, além de "destruir a ordem econômica existente", segundo Schumpeter. A originalidade de uma idéia tende a perturbar as pessoas; é algo que extrapola a rotina do dia-a-dia e, dessa forma, as pessoas tendem a rejeitá-la. É a reação contra algo novo que tende a perturbar a harmonia conhecida do cotidiano, assim como aquele banqueiro que, irado, exigiu que Graham Bell, o inventor do telefone, tirasse "aquele brinquedo" do seu escritório. Para o banqueiro, o telefone era uma idéia maluca que estava atrapalhando a sua rotina de trabalho no escritório.

### 2.2.5 O Papel dos Governos no Processo Empreendedor

A consultoria americana McKinsey desenvolveu um dos mais respeitados métodos de estudo da informalidade no Brasil. Os pesquisadores fizeram um extenso estudo sobre o tema levando em conta o impacto da economia informal nos índices de crescimento. Segundo a McKinsey, o Brasil poderia crescer 2,5 pontos percentuais a mais por ano se eliminasse definitivamente a informalidade da economia. Isso significa que, em vez dos 3% alcançados em 2005, o PIB poderia ter se expandido acima de 5,5%. Essa diferença pode parecer pequena à primeira vista, mas o debate sobre o crescimento econômico se concentra sobre os pequenos números, normalmente até a segunda casa decimal.

Os brasileiros aceitam a situação passivamente porque consideram a informalidade inofensiva. Há uma percepção disseminada, e equivocada, de que qualquer atividade econômica é melhor do que a não-atividade. Com tamanha riqueza gerada ilegalmente, a economia brasileira desperdiça recursos, cresce menos e ainda alimenta o rombo nas contas públicas. Tolerada, vista como inofensiva e até admirada por alguns, a informalidade é uma das causas do pífio crescimento econômico. Outra consequência negativa da informalidade é o desestímulo gerado para as empresas que desejam se aperfeiçoar para produzir mais sem necessariamente ter que aumentar os custos de produção.

De acordo com o relatório *Informalidade: seus impactos e as dificuldades para a solução*, divulgado pelo SEBRAE (2006), a informalidade é o inimigo número um da produtividade. Como não recolhem impostos, as empresas informais levam vantagem de cerca de 30% sobre a concorrência sem a necessidade de investir em inovações ou métodos mais eficientes de produção. O efeito na economia é devastador, condena a McKinsey, pois quanto mais alta a produtividade de um país, maior a sua riqueza. As empresas brasileiras têm, segundo a consultoria, níveis de produtividade equivalentes a aproximadamente um quinto das norte-americanas. Resolver o problema da informalidade, portanto,

é uma tarefa urgente que cabe aos governos, cujo papel é formular diretrizes públicas e políticas de conscientização do público consumidor.

Diretrizes, práticas e avaliações possibilitam o espírito empreendedor e a inovação, afirma Drucker (1987, p.224). Elas removem ou reduzem os possíveis obstáculos e criam atitudes adequadas e fornecem os instrumentos adequados para a economia empreendedora. A inovação é feita por gente que trabalha de acordo com uma política que permita às pessoas se tornarem empreendedoras.

A estrutura tributária brasileira é uma das principais causas do alto índice de informalidade no país. Nos últimos 20 anos, o volume de impostos pagos pelos brasileiros subiu 10 pontos percentuais. Hoje são cerca de 50 impostos, contribuições e taxas que se sobrepõem uns aos outros e incidem sobre a produção e o empregos. Por coincidência ou não, a informalidade eclodiu no mesmo período em que a carga tributária subiu (tabela 14).

TABELA 14 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE INFORMALIDADE NA ECONOMIA E DA CARGA TRIBUTÁRIA NO BRASIL - 1992 A 2005

PAÍS	INFORMALIDADE	CARGA TRIBUTÁRIA
1992	43	25
1997	48	29
2002	50	36
2005	<sup>(1)</sup> 53	38

FONTES: IPEA, IBGE

NOTA: Elaborado pelo SEBRAE.

(1) Valor estimado por mudança de metodologia.

A elevada carga tributária brasileira, comparável à dos países mais ricos do mundo, é um verdadeiro desestímulo para quem produz. Os empresários se vêem diante de um dilema: ou pagam impostos e encarecem o preço dos produtos, ou não pagam e vivem na informalidade. O Governo Brasileiro arrecada o equivalente a 38% do PIB em impostos, uma das mais altas cargas tributárias do mundo. As empresas brasileiras pagam em taxas o equivalente a 23% do PIB. Nos Estados equivale a 8%, na Irlanda, 13% e no Reino Unido, 15%, razão pela qual uma reforma tributária se faz imprescindível. Grande parte dos impostos recai

sobre a produção, a comercialização e o emprego, enquanto no mundo desenvolvido os impostos incidem sobre o consumo.

Outro fator de desestímulo é o custo de contratação da mão-de-obra. As leis trabalhistas brasileiras são do tempo do Governo Getúlio Vargas, na década de 40 do século passado e são ultrapassadas. Incluindo todos os direitos trabalhistas, quem emprega assume a responsabilidade formal de recolher aproximadamente 103% de encargos sobre o salário base do empregado. Na Alemanha, um dos países onde os empregados têm mais proteção, os encargos não ultrapassam a 60% (tabela 15). O excesso de regras de proteção ao trabalhar gera o efeito contrário: as empresas se recusam a contratar.

TABELA 15 - ENCARGOS SOCIAIS INCIDENTES SOBRE O SALÁRIO-BASE DO TRABALHADOR

PAÍS	ENCARGO (%)
Brasil	103
França	80
Argentina	70
Alemanha	60
Estados Unidos	9

FONTE: Universidade de São Paulo/José Pastore

No mundo globalizado as oportunidades de trabalho formal são reduzidas constantemente e o número de desempregados cresce dia-a-dia por conta da revolução tecnológica que substitui o ser humano por máquinas cada vez mais sofisticadas na maioria dos setores e indústrias. Segundo Rifkin (2001, p.9):

Enquanto o trabalhador industrial está sendo excluído do processo econômico, muitos economistas e políticos continuam se apegando à esperança de que o setor de serviços e o trabalho administrativo serão capazes de absorver os milhões de trabalhadores desempregados à procura de trabalho. Suas esperanças serão provavelmente esmagadas. A automação e a reengenharia já estão tomando o lugar do trabalho humano em muitas áreas relacionadas, como a de prestação de serviços. As novas "máquinas inteligentes" são capazes de executarem muitas das tarefas mentais atualmente realizadas por seres humanos, e numa velocidade muito maior.

Apesar de o assunto ter recebido mais atenção nos primeiros 5 anos do novo milênio, ainda faltam políticas públicas consistentes e duradouras que proporcionem a consolidação do empreendedorismo no Brasil à falta de alternativa no mercado de trabalho. Faltam também diretrizes para respaldar as iniciativas empreendedoras visivelmente incubadas de norte a sul do país em razão da timidez dos governos para tratar de um assunto tão instigante. Se as diretrizes governamentais aparentam ser eficazes em países de cultura empreendedora mais arraigada, conforme aponta o Relatório do GEM (2004), isso é possível também no caso do Brasil.

A burocracia existente no Brasil há mais de 500 anos encarece o custo de abertura das empresas. De acordo com estudo realizado pelo Banco Mundial, o Brasil é o sexto país mais burocrático, fator que dificulta a criação de mais negócios e a produção de riqueza. Abrir uma empresa demora em média 152 dias (tabela 16) e exige 17 procedimentos burocráticos distintos: reunir documentos, visitar repartições públicas e pagar as taxas obrigatórias que oneram ainda mais o custo de abertura, principalmente para as MPE, e quem depender de vistorias técnicas e ambientais pode esperar muito mais, em torno de 3 anos para a liberação das licenças definitivas de funcionamento.

Por outro lado, fechar uma empresa torna-se ainda mais complicado. De acordo com o Relatório dos Fatores Condicionantes e Taxas de Mortalidade de Empresas no Brasil, divulgado pelo SEBRAE (2004), milhares de negócios deixam de funcionar, por razões diversas, mas continuar a existir como fantasmas nos escaninhos das repartições públicas, e seus responsáveis podem levar até dez anos para "exorcizá-los". Na Austrália, tudo pode ser feito em dois dias e com apenas dois procedimentos. A melhor solução seria acabar com o gargalo e promover uma ampla reforma trabalhista.

Todos esses fatores contribuem sobremaneira para o crescimento da economia informal, adjetivo politicamente correto utilizado pelos economistas e

aceito passivamente pela população, para qualificar as atividades ilegais que movimentam o equivalente a 40% da riqueza nacional, segundo estimativas do Ministério da Fazenda e da Receita Federal. Quando se trata de informalidade, o Brasil perde somente para a Rússia.

No caso do Brasil, o governo precisa decidir combater o problema e se organizar para que isso ocorra efetivamente. Na Inglaterra, foi criada uma estrutura que envolve vários ministérios para cuidar do assunto. Todas as ações são planejadas levando-se em conta cada setor da economia e suas particularidades.

Apesar dessa constatação, o Brasil continua, em 2005, entre as nações onde mais se criam negócios, tendo registrado uma taxa de empreendedores iniciais de 11,3%, o sétimo colocado entre os participantes do GEM. Ainda que a predominância dos novos negócios seja caracterizada por necessidade, a importância dos empreendedores, em todas as suas formas, para o desenvolvimento econômico dos países, é inquestionável. Essa premissa é validada por Rifkin (2001, p.309), quando alerta para a eliminação de milhões de postos de trabalho substituídos friamente por máquinas:

Tanto os países do Hemisfério Norte quanto do Hemisfério Sul enfrentam ameaças e oportunidades ocasionadas pelas poderosas forças de mercado e por novas realidades tecnológicas. As corporações multinacionais estão abrindo caminhos, rompendo fronteiras, transformando e desintegrando as vidas de bilhões de pessoas, em sua busca por mercados globais. As baixas da Terceira Revolução Industrial estão começando a avolumar-se, enquanto milhões de trabalhadores são eliminados para dar lugar a substitutos mecânicos mais eficazes e lucrativos. O desemprego está crescendo e os ânimos estão se inflamando em todos os países presos no fogo cruzado das empresas para melhorar o desempenho da produção a qualquer preço.

Schumpeter (1982, p.9) enfatiza que todos devem, ao menos em parte, agir economicamente; cada um deve ser um sujeito econômico ou depender de um deles. Neste sentido, a importância dos governos na convergência das necessidades sociais com os interesses políticos e econômicos de uma nação perante o mundo torna-se imprescindível considerando que os governos são

condutos para a comercialização da síntese desses resultados – sociais e econômicos. Hirisch (2004, p.44) afirma que o estudo do empreendedorismo e a formação dos empreendedores potenciais são partes essenciais de qualquer tentativa de fortalecimento desse elo tão importante para o bem-estar econômico de um país, portanto, os governos não devem ignorar esse papel.

#### 2.2.6 O Papel das Incubadoras na Sustentabilidade dos Negócios

Segundo dados publicados no site da ANPROTEC, o modelo precursor do processo de incubação de empresas, como conhecemos hoje, surgiu em 1959, no Estado de Nova Iorque (EUA), quando uma das fábricas da Massey Ferguson fechou, provocando um aumento considerável no número de desempregados novaiorquinos. O comprador das instalações da fábrica, Joseph Mancuso, resolveu sublocar o espaço para pequenas empresas iniciantes, que compartilhavam equipamentos e serviços e, por consequência, reduziam seus custos de produção, além de interagir para tirar proveito das necessidades comuns. Uma das primeiras empresas instaladas na área foi um aviário, o que conferiu ao prédio a designação de "incubadora".

Na década de 1970, já conhecida na região do Vale do Silício, as incubadoras americanas surgiram como forma interessante de incentivar universitários recém-graduados a disseminar suas próprias inovações tecnológicas e a criar espírito empreendedor. O mecanismo então criado se traduziu em oportunidade para esses jovens iniciarem suas empresas através de parcerias, junto a uma estrutura física que oferecia todo o assessoramento gerencial, jurídico, administrativo e tecnológico para amadurecimento dos negócios em estágio nascente, cuja estrutura ganhou o nome de incubadora de empresas. O número de incubadoras de empresas tem crescido exponencialmente nos últimos anos em todos os países do mundo. Nos Estados Unidos, na década de 1980, havia apenas cerca de 10 incubadoras, porém na década seguinte, em 1997, já havia mais de 500 incubadoras naquele país, segundo dados da Revista *Business Incubation Works*.

No caso do Brasil, as primeiras incubadoras surgiram a partir da década de 1980, por iniciativa do Presidente do CNPq, Professor Lynaldo Cavalcanti, com a criação de cinco fundações tecnológicas em Campina Grande (PB), São Carlos (SP), Porto Alegre (RS), Manaus (AM) e Florianópolis (SC). Apesar do surgimento das primeiras incubadoras brasileiras, como meio de incentivo à produção tecnológica, o processo de incubação foi consolidado somente a partir da realização do Seminário Internacional de Parques Tecnológicos, em 1987, no Rio de Janeiro.

No mesmo ano, surgiu a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (ANPROTEC), que passou a representar não somente as incubadoras de empresas, mas todo e qualquer empreendimento que utilizasse o processo de incubação para gerar inovação em território brasileiro. Atualmente, a ANPROTEC é o órgão representativo das entidades gestoras de empresas, pólos e parques tecnológicos e tem como missão representar e defender os interesses das empresas incubadas.

Decorridos mais de 20 anos após a criação da primeira incubadora no país, a experiência de incubação de negócios inovadores é realizada em quase todo o mundo globalizado, não somente em universidades, mas como uma importante tendência para o fortalecimento e a redução da taxa de mortalidade das MPE em todos os países onde elas existem. No Brasil, o sistema de incubação de empresas possibilita a criação e realização de tecnologias avançadas sem haver transferência de tecnologia estrangeira para os produtos e serviços oferecidos à sociedade, além do potencial de geração de empregos através das MPE e não das grandes corporações.

De acordo com o Relatório Panorama 2005, divulgado pela ANPROTEC, o Brasil conta, atualmente, com 383 incubadoras, sendo 339 em operação (com empresas incubadas) e 32 em implantação (em processo de estruturação) e 12 em projeto (tabela 16).

TABELA 16 - INCUBADORAS EM OPERAÇÃO NO BRASIL POR REGIÃO - 2005

NORDESTE		CENTRO-OESTE		NORTE		SUDESTE		SUL	
Estado	Quantidade	Estado	Quantidade	Estado	Quantidade	Estado	Quantidade	Estado	Quantidade
AL	10	DF	6	AC	1	ES	5	PR	24
BA	11	GO	5	AM	3	MG	26	SC	17
CE	5	MT	6	AP	1	RJ	27	RS	82
MA	2	MS	9	PA	4	SP	62		
PB	5			RO	1				
PE	12			TO	4				
PI	5								
RN	3								
SE	3								
Total	56	Total	26	Total	14	Total	120	Total	123

FONTE: ANPROTEC - Relatório Panorama - 2005

As incubadoras de empresas são entidades sem fins lucrativos destinadas a amparar o estágio inicial de empresas em estágio nascente que se enquadram em determinadas áreas de negócios. Uma incubadora de empresas pode ser definida como um ambiente flexível e encorajador no qual são oferecidas facilidades para o surgimento e o crescimento de novos empreendimentos (ANPROTEC, 2006). Busca também oferecer apoio estratégico para MPE durante os primeiros anos de existência.

Basicamente o objetivo de uma incubadora é reduzir a taxa de mortalidade das pequenas empresas. Para isso, as incubadoras oferecem um ambiente flexível e encorajador onde são oferecidas uma série de facilidades para o surgimento e o crescimento de novos empreendimentos, a um custo bem menor do que no mercado tradicional, na medida em que os custos são rateados e, em grande parte dos casos, subsidiados. Outra razão para a maior chance de sucesso das empresas incubadas é o critério de seleção adotado para os projetos, o qual seleciona empreendedores mais aptos, o que amplia as possibilidades de êxito e sucessos das empresas. Todo empreendedor e sua empresa passam por um processo de seleção para admissão em uma incubadora e devem apresentar, entre outros documentos, um completo plano de negócios do seu empreendimento. Dificilmente a empresa incubadora encontrará fora da incubadora as facilidades existentes dentro dela, a preços tão competitivos e de forma integrada.

Dornelas (2001, p.204), ressalta que uma incubadora de empresas é um mecanismo – mantido por universidades, entidades governamentais e também não-governamentais, grupos comunitários etc. – de aceleração do desenvolvimento de futuros empreendimentos, por meio de regime de negócios, serviços e suporte técnico compartilhado, além de orientação prática e profissional. Entretanto, o principal objetivo de uma incubadora de empresas deve ser a produção de empresas de sucesso, em constante desenvolvimento, financeiramente viáveis e competitivas em seus respectivos mercados de atuação, mesmo após deixarem a incubadora. As incubadoras existentes no Brasil são de caráter bastante eclético.

De acordo com a ANPROTEC, as incubadoras podem ser classificadas da seguinte forma:

QUADRO 2 - TIPOS DE INCUBADORAS NO BRASIL

TIPO	DESCRIÇÃO
Incubadora Tecnológica Fechada	A maioria das incubadoras tecnológicas como CELTA / UFSC, GÊNESIS / PUC-RJ, COPPE/UFRJ, se enquadram nessa categoria. A CELTA de Florianópolis, por exemplo, ligada à fundação CERTI, instituição privada, sem fins lucrativos, que funciona no campus da Universidade de Santa Catarina (UFSC) possui 36 empresas incubadas instaladas num prédio de 11,1mil m2. As empresas estão instaladas em módulos que variam de 30 a 40 m2 e dispõe de bibliotecas, sala de reunião, auditório, laboratórios, e afins. A CELTA obteve destaque nacional ao desenvolver a urna eletrônica, aprovada pelo tribunal Superior Eleitoral.
Incubadora Tecnológica Mista	O CIETEC, localizado no campus da USP, utiliza tanto a modalidade fechada e aberta para incubadoras. Recentemente ampliou as suas instalações para atender mais empresas, além de abrir novas vagas para empresas que não irão necessitar de sua estrutura física e continuarão funcionando nas suas atuais instalações, dispersas na área geográfica das proximidades da universidade e utilizando apenas os serviços da incubadora como: consultoria, laboratório do IPT, e afins.
Incubadora Tradicional Fechada	São incubadoras que atuam nos setores ditos tradicionais, geralmente indústrias, como confecção, embalagens, eletro-eletrônicos, plásticos etc.. Um exemplo é o programa de incubadoras de empresas desenvolvido pela FIESP/CIESP/SP, conhecido como Núcleo de Desenvolvimento Empresarial, teve seu início com a instalação da Incubadora na cidade de Itu, em maio de 1991. Hoje com 13 Núcleos em funcionamento na capital e interior do Estado de São Paulo. Esses núcleos abrigam cerca de 82 empresas, gerando 482 empregos diretos.
Incubadora Tradicional Aberta Cooperativas populares	A idéia nasceu na Universidade de Santa Maria no Rio Grande do Sul e teve sua consolidação através do INTECCOPPE/UFRJ - Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares - que em três anos de existência incubou cerca de 25 cooperativas populares no estado do Rio de Janeiro. A partir da experiência do INTECCOPPE, o FINEP está desenvolvendo um programa para levar esta tecnologia a todas Universidades Federais do Brasil. Este modelo de incubadora presta os serviços necessários à montagem e acompanhamento do desenvolvimento de cooperativas.

FONTE: ANPROTEC, 2006

Em geral, as incubadoras são classificadas como: **Incubadoras Fechadas**, onde cada uma possui o seu módulo, ou espaço privativo de trabalho, constituído e uma ou mais salas pequenas, além dos espaços coletivos utilizados por todos; e **Incubadoras Abertas**, onde as empresas instaladas não precisam estar instaladas no mesmo espaço, mas contam com os serviços de apoio e usam circunstancialmente a estrutura compartilhada, como é o caso das incubadoras de cooperativas.

Em resumo, as incubadoras são ambientes dotados de capacidade técnica, gerencial, administrativa e infra-estrutura de apoio capaz de amparar os empreendedores em estágio nascente. Além de apoiar a transformação das empresas potenciais em empresas crescentes e lucrativas, disponibilizam espaço apropriado e condições efetivas que propiciam o desenvolvimento dessas empresas (quadro 3).

QUADRO 3 - ESTRUTURA DE APOIO OFERECIDO PELAS INCUBADORAS NO BRASIL

SERVIÇO	DESCRIÇÃO
Infra-estrutura	Salas individuais e coletivas, laboratórios, auditório, biblioteca, salas de reunião, recepção, copa cozinha, estacionamento.
Serviços básicos	Telefonia e acesso à Web, recepcionista, segurança, xerox... etc
Assessoria	Gerencial, contábil, jurídica, apuração e controle de custo, gestão financeira, comercialização, exportação e para o desenvolvimento do negócio.
Qualificação	Treinamento, cursos, assinaturas de revistas, jornais e publicações.
Networking	Contatos de nível com entidades governamentais e investidores, participação em eventos de divulgação das empresas, fóruns.

FONTE: ANPROTEC, 2006

De acordo com a ANPROTEC, o papel fundamental desempenhado por essas facilitadoras de novos empreendimentos é a sustentação e ajuda à sobrevivência de inovações tecnológicas, serviços e produtos, além de promoverem o desenvolvimento local e regional, por se constituírem agentes gerados de mecanismos para o desenvolvimento das empresas incubadas e sua consolidação no mercado. Das incubadoras, saem, em geral, novos empresários mais conscientes em relação ao mercado e, naturalmente, mais competitivos.

### 2.2.7 O Papel dos Agentes Financeiros

Um dos principais problemas encontrados no processo de criação de um novo empreendimento por conta própria é obter empréstimos ou financiamento de toda ordem. Para o empreendedor, o capital disponível deve ser levado em consideração a partir da perspectiva de dívida *versus* capital próprio e do uso dos recursos internos *versus* recursos externos como fonte de fundos.

Todos os empreendimentos terão algum capital próprio, assim como todos os empreendimentos são possuídos por alguém em uma economia de mercado, segundo Hisrich e Peter (2004, p.334). Embora o proprietário nem sempre esteja diretamente envolvido na administração cotidiana do empreendimento, há sempre o envolvimento dos recursos de capital próprio envolvido que são fornecidos ou conseguidos pelo próprio interessado no desenvolvimento do negócio.

O tipo de financiamento mais frequentemente empregado são os recursos gerados internamente, a partir da concepção do próprio negócio, que podem advir de várias fontes do próprio empreendedor ou de dentro da empresa: lucros, venda de ativos pessoais, redução do capital de giro, prorrogação do prazo de pagamento e redução do prazo de recebimento. A outra fonte geral de recursos é externa ao empreendimento. Fontes alternativas de financiamento externo precisam ser avaliadas em três bases: o período de tempo em que os fundos estão disponíveis, os custos envolvidos (juros e correção) e o grau de perda de controle da empresa. Ao lidar com uma fonte de recurso externa - geralmente bancos privados, agências de fomento e bancos desenvolvimento - dilemas éticos podem ocorrer com freqüência.

Os bancos comerciais são a fonte de recursos de curto prazo utilizada com mais freqüência pelo empreendedor quando há garantia disponível. Existem vários tipos de empréstimos bancários à disposição, mas, para assegurar a devolução, esses empréstimos baseiam-se nos bens ou no fluxo de caixa do

empreendimento. Portanto, no caso específico do Brasil, as fontes de financiamento disponíveis não favorecem a iniciativa empreendedora em razão das elevadas taxas de juros e das exigências burocráticas que não fazem distinção de acordo com o porte do empreendimento.

Os bancos geralmente são cautelosos ao emprestar dinheiro quando se trata de novos empreendimentos. Sem considerar a localização geográfica, as decisões sobre empréstimos comerciais são tomadas somente depois de uma revisão cuidadosa da vida pessoal e profissional do requerente, além do histórico da empresa. Essas decisões são baseadas em informações quantificáveis e em avaliações – geralmente subjetivas – que não refletem a realidade nem a perspectiva de prosperidade do novo empreendimento.

Ao iniciar um novo negócio, é difícil para o empreendedor obter recursos de capital na maioria dos bancos privados. Não raro, o conservadorismo dos bancos prefere concentrar quantias maiores de dinheiro para empresas bem estabelecidas, cujo empreendimento resume uma história de crédito saudável e recursos suficientes para assegurar o reembolso do dinheiro.

Obter financiamento no Brasil é um dos principais problemas enfrentados pelos empreendedores, em virtude das exigências estabelecidas pelos agentes de financiamento, mais acentuadamente os bancos de varejo, das altas taxas de juros cobradas e das dificuldades de pagamento do referido empréstimo depois de o acordo concretizado. Diferente das experiências vividas pelos empreendedores nos Estados Unidos, Itália e em Taiwan, onde os bancos são orientados através de políticas públicas a consolidar cada vez mais o processo empreendedor, como alternativa de crescimento e geração de novos empregos. No caso brasileiro, os bancos ainda priorizam os recursos e administram a carteira de investimentos como forma de multiplicar o capital, proteger-se dos efeitos inflacionários e das oscilações da economia globalizada.

Dessa forma, o Brasil não pode ser tomado como exemplo de como financiar e apoiar a pequena empresa. Porém, o fato de não existirem políticas

públicas claras e convincentes de apoio e estímulo aos negócios em estágio nascente não justifica atribuir o insucesso do empreendimento aos bancos ou aos governos. O novo empreendedor deve utilizar sua capacidade de planejamento e habilidade para negociar para não se tornar refém do capital financiamento da produção a taxas extremamente caras e identificar as melhores alternativas no mercado para a captação de recursos no desenvolvimento do negócio.

### 2.2.8 O Papel das Universidades

Historicamente, as instituições de ensino brasileiras, em nível técnico, de graduação e universitários, sempre direcionaram esforços para a formação de bons profissionais voltados para as empresas de médio e grande porte. O movimento do empreendedorismo surgiu a partir da década de 1990 preocupado em preencher a enorme lacuna que se abriu no mercado de trabalho com a crescente utilização dos processos de reengenharia e de terceirização da mão-de-obra para as grandes empresas do chamado mundo globalizado.

O movimento em torno do empreendedorismo constatou a necessidade de as escolas formarem um novo tipo de profissional, não apenas capaz de dar conta da sua área específica de atuação, mas que fosse também capaz de gerar seu próprio trabalho e renda. Era necessário transformar o conhecimento adquirido na universidade em produto ou serviço, independentemente da relação de trabalho escolhida: formal ou informal. Para tornar essa necessidade um fato concreto, as universidades passaram a se preocupar com a capacidade empreendedora do ser humano, além da capacidade técnico-científica.

De acordo com o Relatório do GEM (2005), as escolas despertam cada vez mais para a importância do ensino do empreendedorismo no sistema educacional brasileiro. Diversas ações têm sido realizadas nessa direção, dentre as quais pode-se destacar iniciativas como a da Universidade Estadual Paulista (UNESP) em parceria com o SEBRAE, para introduzir a disciplina de Empreendedorismo em mais

de 30 unidades distribuídas pelo Estado de São Paulo. Segundo Gimenez et al. (2001, p.10):

O interesse crescente pelo empreendedorismo é justificado pelo papel importante que as PME tem ocupado no cenário econômico brasileiro. A pesquisa anual do GEM tem analisado as complexas relações entre crescimento econômico e empreendedorismo e concluído que a principal ação dos governos para promover o crescimento econômico consiste em estimular e apoiar o empreendedorismo, pois um país com baixas taxas de criação de empresas arrisca-se a uma estagnação econômica.

Na maioria das Universidades brasileiras nota-se um esforço concentrado de professores e pesquisadores universitários que buscam a melhor aproximação entre a universidade e a empresa. Na Universidade Federal de Santa Catarina, a Escola de Novos Empreendedores (ENE) é um caso de sucesso consolidado na formação de novos empreendedores, cujo programa nasceu sob a liderança do Professor Álvaro Lezana no Departamento de Engenharia Mecânica.

A idéia inicial era incentivar os alunos dos cursos de Engenharia, Mecânica e de Produção, nos processos de criação e gestão de pequenas empresas. O programa conta com a oferta de disciplinas de empreendedorismo em caráter obrigatório nos cursos de Engenharia, Ciência da Computação e Administração em nível de graduação e, de acordo com a área de pesquisa, nos cursos de pós-graduação ofertados pela ENE, onde possui caráter multidisciplinar.

No caso da PUC do Rio de Janeiro, a iniciativa para a institucionalização do empreendedorismo nasceu mediante a iminência de uma crise anunciada e as razões consideradas para implantação do programa foram as seguintes:

- 1) A redução dos subsídios do Governo Federal em algumas áreas, especialmente na área tecnológica (Engenharia);
- 2) O elevado índice de evasão nos cursos de Engenharia;
- 3) Redução na oferta de empregos no mercado de trabalho formal;
- 4) O Instituto de Tecnologia da Universidade Católica – ITUC iniciou um processo de incubação com empresas oriundas do ambiente externo da PUC.

A partir da constatação da necessidade de mudança, a PUC implementou o Programa REENGE para a formação de engenheiros empreendedores e para o tratamento diferenciado que as empresas incubadas poderiam receber na PUC. A estratégia seguiu o modelo americano de levar para a comunidade o conhecimento gerado na universidade.

Com a implantação do Instituto Gênesis, a PUC partiu para uma segunda estratégia: a criação de um núcleo de pesquisa na área de inovação, empreendedorismo e capital de risco. Para a área de capital de risco, o objetivo era capacitar tanto o empreendedor para a captação de recursos quando o investidor, portanto, uma estratégia diferenciada por considerar o capital de risco como fator importante no desenvolvimento dos novos negócios.

No caso da Universidade de Brasília (UNB), o Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico (CDT) foi escolhido para abrigar o programa de apoio ao empreendedorismo local com projetos voltados para a formação de empreendedores e para a integração universidade/empresa, dentre os quais se destacam: a Incubadora de Empresas, o Hotel de Projetos, o programa Jovem Empreendedor e o Escritório de Transferência de Tecnologia e as Empresas Juniores.

O programa nasceu em harmonia com a proposta de criação da Faculdade de Tecnologia da UNB que possuía em sua concepção o princípio de que a Faculdade deveria ser uma escola de engenharia de aplicação prática e voltada para a sociedade. A segunda razão surgiu a partir de um diagnóstico das características de Brasília que constatou o fato de as empresas estatais absorverem todo o efetivo da universidade para os empregos públicos.

Em 1997 foi criado o Programa REUNE – Rede de Ensino Universitário do Empreendedorismo, em Minas Gerais, com o apoio de um consórcio de instituições formado pelo SEBRAE, Instituto Euvaldo Lodi, FUMSOFT, Secretaria do Estado de Ciência e Tecnologia e Fundação João Pinheiro, com o objetivo de disseminar o ensino do empreendedorismo nas universidades do Estado. O

sucesso da iniciativa permitiu a expansão do programa, através do SEBRAE e da CNI-IEL, para todo o país, a partir de 1998.

As Universidades desempenham papel importante na disseminação do ensino do empreendedorismo a partir do momento em que decidem aliar a prática dos negócios aos conceitos previamente estabelecidos e a cultura empreendedora somente poderá ser difundida através de uma base sólida que tem como princípio a educação.

## 2.3 EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL

### 2.3.1 O Desenvolvimento Local

Ao discutir a importância do desenvolvimento local sustentável em tempos de globalização, Franco (2000, p.20) afirma que os cidadãos querem promover a vida, melhorar o modo de viver das pessoas e não riquezas como prioridade. A proposta do desenvolvimento local é rediscutir qualidade de vida, não pelo processo de acumulação e sim pela oportunidade de realização do ser humano na integralidade de sua personalidade existencial.

O desenvolvimento local está associado, normalmente, a iniciativas empreendedoras e mobilizadoras da coletividade, articulando as potencialidades locais nas condições dadas pelo contexto. Apesar de constituir um movimento de forte conteúdo interno, o desenvolvimento local está inserido em uma realidade mais ampla e complexa, com a qual interage e da qual recebe influências e pressões positivas e negativas.

De acordo com Buarque e Bezerra (1994), dentro das condições contemporâneas de globalização e intenso processo de transformação, o desenvolvimento local representa também alguma forma de integração econômica com o contexto regional e nacional, que gera e redefine oportunidades e ameaças, exigindo competitividade e especialização.

Para Buarque (1999, p.9):

Desenvolvimento local é um processo endógeno registrado em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos capaz de promover o dinamismo econômico e a melhoria da qualidade de vida da população. Representa uma singular transformação nas bases econômicas e na organizacional social em nível local, resultante da mobilização das energias da sociedade, explorando as suas capacidades e potencialidades específicas. Para ser um processo consistente e sustentável, o desenvolvimento deve elevar as oportunidades sociais e a viabilidade e competitividade da economia local, aumentando a renda e as formas de riqueza, ao mesmo tempo em que assegura a conservação dos recursos naturais.

Neste aspecto em particular, a qualidade de vida passa obrigatoriamente pela discussão do desenvolvimento local. Imaginar que as pessoas de baixa renda estão preocupadas com a questão da globalização é mera utopia embora recaia sobre elas grande parte dos impactos causados pelo processo irreversível de interação dos mercados. Sob uma nova perspectiva de aceleração do crescimento provocado pela inserção do Brasil no cenário econômico mundial, a concentração de esforços por parte dos governantes na questão do desenvolvimento local faz absoluto sentido.

Caron (2003, p.36) destaca que o capital é global, mas a produção é local. O sonho e a existência são universais, mas o espaço físico da vida é temporal e territorial, portanto, o desenvolvimento local permeia toda condição humana. Entender suas peculiaridades, características e delimitações, com vistas à melhoria da condição humana para as gerações futuras é o grande desafio dos líderes mundiais.

Para Silva (2006, p.26), a complexidade econômica é caracterizada pela abrangência de muitos agentes econômicos, em um mesmo ambiente, conectados por um nexo: transações econômicas. Essas transações traduzem anseios, como lucro, crescimento, satisfação das necessidades criadas continuamente, poder, riqueza, entre outros objetivos pelos agentes econômicos.

Há uma crença generalizada de que desenvolvimento é um processo de crescimento econômico. Isto é verdade, mas não é toda a verdade. O

desenvolvimento tem muitas dimensões – econômico, social, cultural, ambiental, físico-territorial, político-institucional, científico-tecnológico – que mantêm entre si um processo de interatividade e interdependência (FRANCO, 2000, p.30).

Dentro desse processo de interatividade e interdependência, segundo Caron (1996, p.13):

O agente ativo e passivo do desenvolvimento é o homem, o indivíduo, enquanto célula básica de uma sociedade. Só o indivíduo desenvolvido poderá construir uma sociedade desenvolvida. Só uma sociedade desenvolvida pode garantir o progresso, o desenvolvimento de uma nação, de um povo. O desenvolvimento do indivíduo, da sociedade, da comunidade e de uma nação é um processo de evolução e de mudanças contínuas, de instabilidade, de ansiedades, de busca permanente de uma nova maneira de ser.

O crescimento das cidades está intrinsecamente relacionado ao aumento do número de pessoas que as escolhem para viver, razão pela qual a crescente concentração da população, no meio urbano, vem acompanhada da deterioração da qualidade de vida, especialmente em cidades da América Latina, África e Ásia. Por outro lado, a reestruturação da dinâmica urbana e do desenvolvimento sustentável são aspectos a serem considerados quando da governabilidade das cidades e sua preocupação com a ocupação irregular dos espaços que contribuem sobremaneira para o aumento das desigualdades sociais e econômicas pertinentes.

O processo de globalização econômica em andamento não prescinde do local, mas se consolida no local. Existe um novo fenômeno econômico, uma nova forma de organização econômica que pretende explorar as potencialidades locais, promovendo a distribuição do progresso técnico-produtivo.

Esta nova visão projeta objetivos voltados para a humanização do processo de desenvolvimento, buscando orientar o desenvolvimento local para um novo modelo de crescimento econômico que aproveite com mais eficiência os recursos existentes para criar empregos, melhorar qualidade de vida das populações residentes na região (FRANCO, 2000, p.16).

A ação do governo e das comunidades organizadas, facilitadores locais sociais, forças vivas da comunidade, são determinantes para a inserção da economia local no processo competitivo dos mercados nacionais e internacionais, o que faz do desenvolvimento local parte integrante do modo de organização da produção capitalista mundial (CARON, 2003, p.252).

Dessa forma, entender o desenvolvimento local e criar mecanismos de transformações sociais e econômicas que propiciem aumento da qualidade de vida e redução das desigualdades sociais é o caminho mais sensato. Faz-se necessário repensar a forma de ver o mundo e isso passa necessariamente pelo desenvolvimento local e pelo fortalecimento das pequenas empresas que não respondem pela maior fonte de arrecadação dos impostos, mas, seguramente, por mais geração de emprego e renda local.

### 2.3.2 O Paraná Empreendedor

De acordo com o historiador paranaense David Carneiro, o efetivo controle dos empreendimentos no Estado começou a surtir efeito a partir da fundação da ACP – Associação Comercial do Paraná, em 1º de julho de 1890, embora não tenha sido encontrado o documento que seria considerado "certidão de nascimento" da referida entidade. Segundo Carneiro (1981, p.11), foi uma eclosão necessária, esperada por todos os comerciantes que sentiam a perspectiva eventual a aparecer, de perigos que surgiram em 1894, a da Associação Comercial do Paraná. A criação efetiva da ACP era sentida como indispensável para a defesa da classe desde 1887, segundo testemunho do segundo presidente, o eminente Comendador José Ribeiro de Macedo. Foi Macedo quem colocou esta data como sendo a época da grande fecundação.

Até àquela época, a Bahia possuía a mais velha Associação Comercial do Paraná. Depois foi o Rio de Janeiro que instituiu a sua, ainda no tempo da Regência. A do Paraná teria surgido por inspiração das grandes figuras do

comércio paranaense (da capital e de todo o Estado) na antevisão de dificuldades tarifárias que a República pudesse instituir e das quais o comércio teria de se defender, unido em torno de seus líderes e contando com a Instituição que deveria ser uma protetora, e uma bandeira, sob o lema "a união faz a força". Não foi a imitação do Rio e Janeiro ou da Bahia que estimulou a criação da ACP e sim a necessidade espontânea de congregação entre os empreendedores locais que deveriam dar as mãos para manter os negócios em dia.

Na ocasião da fundação da ACP, havia duas importantes campanhas reformadoras em andamento no país que vinham abalando o organismo nacional, para o advento das conquistas sociais que conceberam ao país o início do exercício da democracia: A Abolição da Escravatura e Proclamação da República. Nesse ambiente, levantaram-se os primeiros alicerces da ACP com seus personagens ilustres, dentre os quais o espírito aguerrido e empreendedor do Barão do Serro Azul e também do Comendador José Ribeiro de Macedo, principais elementos propagadores e básicos da sua constituição definitiva, seguidos de Zacarias de Paula Xavier. Dentre os 52 participantes da Assembléia Geral realizada em 17 de agosto de 1890, os seguintes nomes compuseram a primeira Diretoria:

Presidente:	Barão do Serro Azul
Vice-Presidente:	José Fernandes Loureiro
Primeiro Secretário:	Antonio de Barros
Segundo Secretário:	Manoel Miró Junior
Tesoureiro:	Joaquim Ribeiro Pinto de Queiroz

Um dos primeiros feitos da ACP foi conquistar a unanimidade dos comerciantes locais para evitar uma outra revolta parecida com a Revolta do Vintém, ocorrida em 1883, contra o Dr. Carlos Augusto de Carvalho, em que o comércio, liderado pelo Dr. Sérgio de Castro, recusava-se a pagar impostos lançados pelo Presidente da Província, que tentava estabelecer o equilíbrio orçamentário. Nessa ocasião, o Dr. Eufrásio Correia, como intermediário entre o

comércio (apoiado pelo povo) e o governo, quase foi vítima de suas intenções. Dessa forma, a ACP evitou que tal revolta se repetisse.

Contudo, foi a colonização alemã que propiciou um novo surto e expansão local do comércio em nova escala. Um exemplo teria sido a loja "Au Bon marché" situada na Rua da Imperatriz. Para comestíveis e outros materiais, Reinhold Kopf, Mathias Bohn & Cia, Casa José Nabo e muitas outras que teriam causado, ainda no tempo da monarquia, os esforços da família Hauer que entraram na concorrência normal com os produtos trazidos da Alemanha. Também havia esforços de fabricação artesanal, como o de salsichas, por exemplo, por elementos de origem tedesca, como Krause & Cia.

Outro esforço notável de empreendimento foi o do comerciante Gottlieb Mueller, que tentava atender com sua usina Marumbi – embora de produção incipiente – as necessidades de atendimento aos engenhos de mate, para pequenas confecções e consertos, passando de intermediário importador de grandes trituradores de mate que as usinas Krupp fabricavam sob encomenda. Carneiro (1981, p.17) lembra que o comércio era pequeno e a cidade de Curitiba tinha população reduzida, mas ela centralizava todo o comércio com as vilas e as cidades vizinhas, cujos comerciantes vinham comprar o que necessitavam na capital da província, chegando às casas de Tobias de Macedo e Manoel Martins de Abreu.

Do início do século passado até 1930, o mate era a base da economia paranaense, mas desse período em diante, enquanto as matas eram destruídas de forma acelerada, o café ganhou importância e escala ao norte do Estado, surgindo à custa de milhões de metros cúbicos de madeira de lei, enquanto no sul do Estado, os pinheiros foram devastados para a exportação de tábuas e vigotes para a construção civil. Desse esforço a destruição é proporcionalmente excessiva, mas as grandes cidades paranaenses se desenvolvem, preparando a possibilidade de Curitiba transformar-se em metrópole industrializada, depois do Governo do Dr. Bento Munhoz da Rocha, que concebeu o Centro Cívico, e do Sr. Jaime Canet Junior, que fixa a Cidade Industrial de Curitiba.

No início do século passado, o Paraná havia se tornado o destino preferido no país pela imigração estrangeira. A sua participação na população total do país aumentou consideravelmente, chegando a 1,89%. Em 1854, a população não chegava a um centésimo do total. A partir de 1900, o povoamento prosseguiu sem se deter e transformou ainda mais a situação econômica, já em transformação pelo movimento descendente do tropeirismo pelo movimento ascendente da economia ervateira, que foi durante o período, o elemento básico para a vida paranaense e para o seu governo.

O desenvolvimento da economia ervateira estimulou o alargamento da colonização. Nascia a civilização nos sulcos das roças, logo que o trabalho rural ganhava remuneração compensadora. Conseqüentemente, o bem-estar dos lavradores incorria em maior procura de elementos a serem consumidos, tanto para a alimentação como para o vestuário.

Segundo Carneiro (1981, p.29), explica-se pela dupla ocupação na agricultura e nos ervais porque, no Paraná, muitos lugarejos se tornaram "verdadeiras oficinas, grandes empórios, notáveis mercados". E compreende-se que esta evolução tinha como conseqüência um grande aumento do número de comerciantes e de artífices (em breve industriais), aumento esse que ultrapassou mesmo às proporções do povoamento, pela elevação do nível de vida.

Estas transformações no interior, nas cidades velhas, seriam perceptíveis especialmente pela sua influencia sobre o comércio atacadista, que tomaria um novo vulto. E assim, o Governo da Província não tardou a se perceber da formação de um novo elemento da economia do Paraná, que era de um novo nível, muito mais do que os dos períodos precedentes, cujos dados são significativos.

Em levantamento feito pela ACP em 1909 em 12 cidades mais próximas da capital da Província, foi registrado um número considerável de empreendimentos comerciais e industriais. Por razões desconhecidas, Curitiba nem aparece nesse levantamento (tabela 17).

TABELA 17 - NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS E INDUSTRIAIS NO PARANÁ NO INÍCIO DO SÉCULO XX

CIDADE	ESTABELECIMENTO	
	Comercial	Industrial
Campo Largo	62	28
Castro	55	78
Ipiranga	79	18
Lapa	78	10
Palmeira	89	29
Paranaguá	166	169
Ponta Grossa	152	174
Prudentópolis	78	95
Rio Negro	100	88
São José dos Pinhais	120	69
São Mateus do Sul	92	103
Tibagi	75	0
TOTAL	1.146	861

FONTE: Perfil Histórico da ACP

NOTA: Tabela elaborada pelo autor com base nos dados extraídos do livro do historiador David Carneiro.

Onde a colonização se fazia presente, o número de comerciantes seria sempre menor do que o número de indústrias, que na certa seriam pequenas e que se iniciavam. Onde a cidade era estagnada, de origem lusa, havia preconceitos de trabalho e o comércio era sempre em maior número do que as indústrias.

O Governo do Estado, por sua vez, querendo onerar a população com mais imposto sobre o consumo, instalou a classe dos comerciantes com rede de arrecadação, obrigando-a a pagar antecipadamente o imposto. Esse foi o sentido do imposto chamado Patente Comercial, lançado em tempo inoportuno e que nos primeiros decênios do século XX foi objeto de lutas contínuas entre o comércio e os governos locais.

Em Assembléia Geral realizada na sede da ACP no dia 05 de abril de 1909, tomou-se a deliberação de convidar todos os comerciantes e industriais do Estado para uma grande reunião, na qual se pretendia tratar da reorganização da ACP, com a participação do Governo, cujos interesses divergentes sempre demonstraram um aspecto conciliador entre os seus interesses e os interesses do Governo. De fato, nessa reunião memorável, segundo Carneiro (1981, p.5), na qual

compareceu a maioria dos comerciantes e industriais do Estado, ficou resolvida a reorganização da ACP, e em 03 de julho do mesmo ano, depois de vencidos todos os obstáculos, foi eleita e tomou posse nova diretoria. Esta reorganização da ACP tomou o caráter de verdadeiro rejuvenescimento, especialmente porque havia tomado a deliberação de realizar o papel histórico, do que se fixa no objetivo específico da construção de sua sede própria na capital da Província.

Em fins de 1897, a ACP contava com 123 sócios efetivos. Em 1909, no fim do primeiro mês de existência da ACP reorganizada, contava com 380 associados somente de Curitiba e o total chegou a 777 em 30 de julho de 1911. Nomes conhecidos como Comendador José Ribeiro de Macedo, David Antonio da Silva Carneiro, Brasília Ovídio da Costa, Augusto Hauer, José Fernandes Loureiro, Francisco Xavier da Silva, Nicolau Maeder e Tobias de Macedo figuravam entre os empreendedores que fizeram parte da ACP e, portanto, da história econômica do Paraná no século passado. Quando o comércio surgiu em Curitiba – já feita capital da Província – a cidade progrediu muito e a economia era fundamentada na importação, que passou da Inglaterra para a Alemanha, desenvolvendo-se muito em termos nítidos de consumo, com base no que a Europa Oriental enviava – Inglaterra, Alemanha e França. Além dos perfumes, até a manteiga, os talheres e os tecidos vinham da França; maquinários, da Inglaterra e da Alemanha.

De acordo com o historiador Bigg Whithers, foram os alemães que trouxeram costumes novos, mais higiene, mais conforto, hábitos de civilização e preocupações educacionais que os poloneses mais cultos de alguma forma teriam ajudado o Estado do Paraná. Os relógios vinham da Suíça, os tecidos de lã, da Inglaterra, as porcelanas e todo o instrumental de conforto doméstico e os brinquedos, da Alemanha. Aqui todos os comerciantes dividiam as suas tarefas e toda a distribuição (concentrada ou dispersa) na massa da população das capitais que nos chegavam da exportação da erva-mate, pagavam o acesso às mercadorias importadas, tendo como resultado a maior parte do progresso de que o Paraná conquistava, especialmente na capital e nos portos.

Quando a revolução republicana abriu ao Brasil novos horizontes, os líderes empresariais logo pensaram em se unir para aproveitamento eventual das liberdades políticas com que os mais adiantados empreendedores do Paraná pudessem sonhar (CARNEIRO, 1981, p.51). Talvez de início não chegassem aos extremos com que depois, já no Século XX e antes da malograda tentativa de 1930, se sonhou, mas a necessidade de união e fortalecimento para o exercício da resistência, senão da força, passiva ou ativa, teria parecido necessidade evidente, de acordo com o historiador.

Dessa forma, o problema foi posto nas condições sistemáticas de que só calcado em ordem perfeita, a prosperidade seria possível para todas as classes. Para essa ordem, atuando sempre pacificamente, o que se acreditava indispensável era a união que faz a força. Muito mais tarde, com os princípios fundamentais já satisfeitos, a liderança empresarial conjunta chegaria à conclusão de que quem produz, ou dirige a produção, e paga imposto, sustentando a nação, deve governar. Imediatamente após o 15 de novembro de 1889, os comerciantes do Paraná se uniram e concordaram em se fazer representar ao Governo Provisório do Estado do Paraná, declarando-se o "Corpo Comercial" como elemento vivo da produção. O grupo ansiava por servir de base ao próprio governo para a obtenção da ordem e da conseqüente prosperidade necessárias a extrair dos que constróem pelo trabalho, certos de que o seu apoio seria bem recebido - como efetivamente foi - pelo Coronel Francisco José Cardoso Junior, recém nomeado pelo Governo Republicano.

Dentre os primeiros empreendedores paranaenses com êxito no fim do século XIX e início do século XX, de suma importância no cenário econômico e político do Estado, destaca-se o Comendador Ildefonso Pereira Correia, distinguido ainda no regime do segundo período monárquico, por D. Pedro II, com o título de Barão do Serro Azul. Seus contatos com o exterior e com as principais cidades brasileiras da época puderam expandir, corrigir e aperfeiçoar seus conhecimentos

acrescentando as suas experiências. Por essa razão, o Barão do Serro Azul estava sempre pronto a adotar novas idéias e a estabelecer a convergência de opiniões para a criação de instituições modernas, determinadoras de progresso no meio em que elas deviam prosperar e expandir-se. Ele não foi apenas o criador vitorioso de um comércio e de uma indústria que prosperavam, elevando com ele os seus colaboradores. Foi criador de instituições visando a melhora da sua época presente e futura, no sentido social, e nos campos essenciais da natureza humana: sentir, pensar e agir. Comerciante de sucesso, buscava a convergência na família em que nascera e vivia a ajudar todos à sua volta.

Ildefonso Pereira Correia foi, para o Paraná e mais especialmente para Curitiba, um empreendedor que se classificava, segundo linguagem da época, como "fora de série", considerado o antevisor das necessidades coletivas e preocupado na busca de soluções de utilidade geral, pois acreditava que a convergência dos esforços expandia em benefício de todos. Nascido em 06 de agosto de 1947, realizou os estudos primários na sua cidade natal, Paranaguá, mas foi enviado para São Paulo e Rio de Janeiro, tornando-se um exímio observador da vida comercial das grandes cidades brasileiras, de onde tirou os exemplos que fundamentaram a prosperidade dos seus negócios no Paraná.

Ao retornar ao Paraná, na década de 60, lançou-se no comércio, dando livre curso à sua atividade e viajava com freqüência para o Uruguai e a Argentina, cujas capitais eram centros desenvolvidos, que a Guerra do Paraguai fez expandir. Suas missões eram facilitadas pela existência em Buenos Aires de parentes empenhados no fornecimento de gêneros para as tropas. Quando voltou do Rio da Prata era um homem vitorioso em sua carreira empreendedora. Sua vida prática começou com excelentes perspectivas, como exportador de produtos da província.

O Paraguai inutilizara sua vida comercial com a guerra e destruíra seus ervais. O preço da erva mate se elevara a tal ponto que o Paraná era o único vendedor da bebida de uso constante no mercado rio-platense. Considerando as

possibilidades do negócio, já em 1874 estabeleceu em Antonina um engenho de erva mate. Naquele tempo, os engenhos se fixavam todos no litoral, sobretudo em Morretes – onde seu pai tivera um – e em Porto de Cima.

Ildefonso vislumbrou a possibilidade de aproveitar a situação do Porto de Antonina, enquanto a estrada de ferro não fazia de Curitiba o ponto central de convergência de toda a produção do interior. Todavia, e enquanto a estrada de ferro não foi inaugurada, limitou-se a exportar o produto beneficiado do seu engenho, e quando as locomotivas começaram a trafegar, unindo as cidades litorâneas ao planalto, lançou-se à exploração do pinho, de cuja indústria foi um dos precursores. Segundo Carneiro (1981, p.59), durante um quarto de século, não se tratou de nenhuma questão importante para a vida da Província do Paraná sem que Ildefonso fosse um dos mentores das iniciativas, senão o líder de todas elas, como homem de negócios e político de prestígio e de vitórias.

Em 1888, depois de ocupar, nesse mesmo ano (de 30 de junho a 29 de dezembro) a presidência interina da Província do Paraná, a vida do Comendador Ildefonso Pereira Correia chegou ao auge, quando foi distinguido por Dom Pedro II, por um decreto expedido em 08 de agosto, com o título de Barão do Serro Azul. Depois da Proclamação da República, começaria a última, trágica e inesperadamente curta fase da existência dessa figura expressiva e de extraordinário prestígio no seio da sociedade curitibana e da economia paranaense. Como político, embora pertencesse ao Partido Conservador, foi sempre liberal e patriota. Sem possuir espírito partidário, procurava sempre conciliar e contornar as situações difíceis ainda que, muitas vezes, se mostrassem prejudiciais aos seus negócios. Tinha satisfação em ser útil. A sua bondade fez com que se lhe desse o título póstumo de "Pai dos Pobres".

Em janeiro de 1894, o assunto do momento era a Revolução Federalista e a iminente invasão de Curitiba. A população permanecia inquieta nas ruas e praças, aterrorizada com as notícias e boatos que circularam a todo instante. Foi

nesse período que o Barão do Serro Azul exerceu papel relevante, quer junto às forças legais, quer perante o exército federalista que invadira e dominara o Paraná, alegando "estar cumprindo como seu dever de brasileiro".

Dr. Vicente Machado foi forçado a abandonar Curitiba, transferindo a capital paranaense para a cidade de Castro. Dessa forma, Ildefonso Correia tomou as providências para o policiamento da cidade, buscando evitar os inconvenientes da completa ausência de autoridades. Para evitar saques, coube-lhe, como Presidente da ACP, presidir o Empréstimo de Guerra lançado pelos vitoriosos revolucionários. Com a restauração da legalidade, vieram as medidas de punição para todos os que tinham contribuído com a Revolução. Crescia o número de suspeitos e presos e o Barão do Serro Azul também foi feito prisioneiro, junto a outros companheiros.

No dia 20 de maio de 1894, às nove da noite, esses prisioneiros foram chamados. Acompanhados por uma escolta de doze soldados, deixaram o presídio. O Barão parecia tranqüilo, escudo e rocha de um grupo de homens desorientados e perplexos. A convicção íntima da inocência lhes enchia de coragem. Os prisioneiros se comunicavam silentes, pela expressão dos olhos, com certo ar de espanto. Poderiam enfrentar, sem receio, os juízes e as leis da República. Às dez e meia da noite estavam todos no comboio que partiu da Estação Ferroviária, certos de que iniciavam uma longa viagem ao Rio de Janeiro onde seriam julgados. Mas o comboio não foi longe. O trem parou no Pico do Diabo e lá todos foram executados. O Barão do Serro Azul caiu de joelhos e simplesmente rezou.

A notícia segura da sua execução chegou a Curitiba somente seis dias depois do atentado quando os amigos da vítima, com "reserva e precaução", puderam ir até o km 65 da Estrada de Ferro Curitiba – Paranaguá, para identificar e enterrar seus mortos, dentre eles o Barão do Serro Azul. Ninguém conseguiu até hoje explicar qual o motivo do sangrento ocorrido. Todos os mortos na ocasião

eram cidadãos conceituados no Estado do Paraná. Com uma visão empresarial aguçada, muito avançada para sua época, alcançou fortuna e sucesso. Absorveu todas as inovações tecnológicas que surgiam e não eram assimiladas pelas demais empresas ervateiras. Ildefonso Correia pode ser considerado um divisor de águas na produção paranaense.

A partir dele foi possível estabelecer uma nova mentalidade empresarial na conjuntura do Estado. Exerceu funções públicas como a Presidente e a Vice-presidência da Câmara Municipal de Curitiba, foi deputado provincial em várias legislaturas, suplente de juiz em Antonina, assessor do Presidente Taunay.

Nas artes e na cultura foi tesoureiro da comissão que em 1885 angariava livros para a Biblioteca Pública. Fez parte da Comissão Central que organizou a Pinacoteca Paranaense e colaborou com prêmios para os alunos que mais se distinguiram na vida estudantil de Curitiba. Foi Delegado Especial de Instrução Primária e Secundária, o que seria hoje equivalente ao cargo de Secretário da Educação, em dezembro de 1886. Foi Presidente do Conselho Fiscal da Caixa Econômica, dirigiu a Associação de Proteção à Infância Desamparada. Entre as diversas entidades que ajudou a criar, está o Clube Curitibano, do qual foi o primeiro presidente.

Fundador da Associação Comercial do Paraná, tornou-se o precursor de todas as demais federações, sindicatos patronais e associativos que hoje existem no Paraná. Plantou idéias e ideais para o progresso que sabia poder conquistar para o Estado. Pelo esforço na divulgação da erva mate, recebeu, em 1887, do Presidente da França, a Medalha do Mérito Agrícola. Ao longo de sua vida recheada de dinâmica ação empresarial, esteve presente em diversos setores da economia: erva mate, comércio, olaria, banco, transporte em bonde, feiras, exposições, associativismo e gráfica. Fundou a Imprensa Paranaense, gráfica existente até hoje na capital. Seu espírito empreendedor para os negócios lhe conferiu honrarias de todos os tipos, o que não ficou ofuscado com a sua morte de forma brutal.

Carneiro (1981, p.75) lamenta que tenham se perdido, na turbulência agitação dos anos seguintes, imediatos à Revolução Federalista, as melhores provas das atividades na vida pública do Barão do Serro Azul, salvo alguns raros telegramas, e mesmo a sua gestão à frete da ACP, salvo também na atuação como presidente da comissão do empréstimo de guerra, quando a presidência da ACP não estava mais em suas mãos. Sobre o espírito aguerrido e empreendedor do Barão do Serro Azul, Costa (1981, p.74), comenta:

A ação empresarial do Barão do Serro Azul comprova o modelo empresário clássico proposto por Schumpeter, no sentido de propulsor do sistema capitalista, atuando num capitalismo incipiente, como o do Paraná na segunda metade do Século XIX, que apresentava formas acentuadamente capitalistas, mas aceitando e superando os desafios das próprias circunstâncias de tempo e de lugar, contribuindo, decisivamente, para a implantação de combinações novas, tendo como eixo central o elemento inovador, dinamizando a economia paranaense e a vida paranaense em geral, fazendo-se presente, em muitas das suas realizações, até o momento atual.

A partir dos anos 40, no século passado, tropeiros que conduziam gado da feira de Viamão, no Rio Grande do Sul, para a de Sorocaba, em São Paulo, foram os primeiros a penetrar no que mais tarde seria conhecido como Norte Velho ou Norte Pioneiro do Paraná. Atraídos pela imensidão desafiadora da floresta tropical erguida sobre a terra roxa, vislumbrando fecundas possibilidades no vasto território inexplorado, os mais empreendedores abandonaram o tropeirismo em prol da agricultura e ali permaneceram. Iniciava-se a colonização do Norte do Paraná, antes mesmo de o café se tornar economicamente viável no Estado 50 anos depois.

Em meados dos anos 20 do século passado, a Companhia de Terras Norte do Paraná, subsidiária da inglesa *Brazil Plantations Syndicate*, adquiriu mais de 13 mil quilômetros quadrados de terras entre os Rios Tibagi, Paranapanema e Ivaí e instalou escritórios num acampamento erguido no antigo patrimônio Três Bocas. O núcleo inicial foi chamado de Londrina – em homenagem à cidade de Londres, onde ficava a sede da empresa responsável pela compra e comercialização das terras – que se tornaria município em 1934.

Gente de todos os estados do Brasil, paulistas, mineiros e nordestinos, principalmente, mas também estrangeiros – italianos, alemães, espanhóis, portugueses e japoneses, entre outros – chegavam aos milhares para ocupar pequenos lotes entre 10 e 15 alqueires de terra fértil e preços módicos. A estrada de Ferro São Paulo – Paraná acompanhava a marcha dos colonizadores e o espírito empreendedor dos desbravadores superou todas as dificuldades encontradas na nova terra, muito bem recompensadas meio século depois.

Adquirida por paulistas em 1944, a empresa trocou de nome e tornou-se a Companhia Melhoramentos Norte do Paraná, dedicada à venda de terras, mas também à agricultura, à pecuária e ao desenvolvimento industrial. Em fins dos anos 40 a cultura do café ganhava impulso e a produção estadual já havia se deslocado do chamado Norte Pioneiro para a região de Londrina, denominada Norte Novo, o qual se alastrou para a região de Maringá, fundada em 1947. Em meados da década seguinte o Paraná responderia por 60% da produção nacional.

A colonização era um empreendimento organizado. Cidades planejadas, modernas, reuniam em torno de si prósperos cinturões verdes ou chácaras para a produção de subsistência. De cem em cem quilômetros, aproximadamente, situaram-se as cidades mais importantes – Londrina, Maringá, Cianorte e Umuarama. Foi uma epopéia carregada de aventuras e riscos. Fascinou o espírito empreendedor e testou a fibra dos emigrantes e imigrantes que decidiram enfrentar as asperezas da nova terra, e forjou civilização singular no mosaico cultural do Estado. Após a 2ª Guerra Mundial, o Paraná "explode", com cidades surgindo por todos os lados. Londrina prosperava e o aeroporto da cidade se tornaria o terceiro mais movimentado do país.

Em 1964, a falta de telefones prejudicava o crescimento da cidade. Vários negócios eram desperdiçados e a cidade foi se isolando conta de um interurbano que demorava dias para se completar. O prefeito eleito José Hosken de Novaes argumenta com o prefeito em fim de mandato, Milton Menezes, que já

teria os orçamentos de empresas para expandir a telefonia, porém ambos concordavam que o investimento era demasiadamente caro. Além de caro, os fornecedores exigiam que as linhas fossem quitadas antes de serem implantadas.

Dessa forma, Hosken de Novaes decidiu fazer o serviço por conta do município e criou a SERCOMTEL – Serviço de Comunicações Telefônicas, que durante três décadas manteve Londrina na vanguarda da telefonia nacional, democratizando o sistema telefônico e se mantendo como a única operadora municipal, graças ao espírito aguerrido e empreendedor do seu prefeito recém eleito. Novaes estava decidido a transformar o norte do Paraná um novo centro de desenvolvimento e de prosperidade nacional.

Em 1970 o café ainda domina, mas quatro agrônomos prevêm que a diversificação agrícola será inevitável. Francisco Lemos, Oswaldo Pitol, Pedro Moretto e Satoshi Koutaka resolvem criar a Herbitécnica, empresa formuladora de agrodefensivos – naquele tempo em que o mato se controlava à base de enxadas e pragas eram tidas como incontroláveis. O capital inicial foram seus carros usados e eles mesmos se encarregavam de vender os produtos no campo, direto para os agricultores. Em 1975, a geada quase acabou com o café, e com a explosiva diversificação surgiram dezenas de empresas concorrentes. Grande parte delas desapareceu, mas a Herbitécnica se manteve graças ao espírito empreendedor de seus fundadores. Três décadas depois, a Herbitécnica tornou-se a Milenia, uma das empresas nacionais líderes no setor.

A partir de 1970, as ambições dos empreendedores locais se voltaram para a capital paranaense, com a criação da CIC – Cidade Industrial de Curitiba, durante o Governo de Jaime Canet, e com as imensas transformações sociais e econômicas vividas pela cidade sob a administração do Governo Jaime Lerner, fato que marcou profundamente o perfil da Região Metropolitana de Curitiba. A população, que em 1970 era de 875.269 pessoas, passou para 2.726.556 pessoas, segundo o Censo de 2000 (IBGE). Este contingente populacional está distribuído

em 25 municípios que compõem a RMC. A criação da CIC foi planejada na conjuntura político-econômica pela qual o Brasil passava no início dos anos 70 do século passado.

Segundo Tavares (2005, p.37), se a década de 1970 foi o divisor de águas para o Estado do Paraná, quando este passa de uma base produtiva essencialmente agrícola para uma estrutura diversificada com predominância industrial, os anos 1980 serviram para consolidar esta transformação. A mudança no processo produtivo paranaense pode ser verificada através da participação e índice de crescimento na renda interna bruta no período de 1970/1980, principalmente no setor secundário, que passou de 16,6%, em 1970, para 30,6% em 1980. Nesse mesmo período, o crescimento da renda gerada pela indústria, na RMC, foi quase o dobro da média estadual. A partir de 1970, o Paraná ganha novo impulso e aos poucos vai se desvencilhando das amarras do desenvolvimento sustentado exclusivamente pela agricultura e as atividades são voltadas para o fortalecimento da indústria.

### 2.3.3 Dinâmica da Economia e Mudanças na Configuração Espacial da RMC

A Região Metropolitana de Curitiba foi criada em 1973, no corpo da Lei Federal 14/73 e na época contava com apenas 14 municípios, os mais próximos da capital paranaense. Estes, por sua vez, sofreram desmembramentos posteriores e deram origem a cinco novos municípios que passaram, automaticamente, a compor a nova RMC (quadro 21). Além deles, outros sete municípios de seu entorno passaram a integrar os limites regionais, conforme legislações estaduais, em atenção ao disposto na Constituição Federal de 1988. A formação atual conta com 26 municípios (Anexo 1).

QUADRO 4 - COMPOSIÇÃO DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA

COMPOSIÇÃO ORIGINAL <sup>(1)</sup>	MUNICÍPIOS DESEMRADOS	INCLUÍDOS POR LEGISLAÇÕES ESTADUAIS <sup>(2)</sup>
Almirante Tamandaré	Campo Magro	
Araucária		
Balsa Nova		
Bocaiúva dos Sul	Tunas do Paraná	
Campina Grande do Sul		
Campo Largo		
Colombo		
Contenda		
Curitiba		
Mandirituba	Fazenda Rio Grande	
Piraquara	Pinhais	
Quatro Barras		
Rio Branco do Sul	Itaperuçu	
São José dos Pinhais		
		Adrianópolis
		Agudos do Sul
		Cerro Azul
		Doutor Ulysses
		Lapa
		Quitandinha
		Tijucas do Sul

FONTE: IPARDES (Organização)

NOTAS: ( 1 ) Lei Federal 14/73.

( 2 ) Leis Estaduais 11027/04, 11096/95 e 12125/98.

Os anos 70 constituem o marco da transformação do perfil econômico do Estado do Paraná, com progressiva diversificação na Agricultura – pela modernização na base técnica de produção, expansão de culturas, comercialização de *commodities* e agroindustrialização – e, no Setor Industrial, com a introdução dos ramos modernos na linha da metalmecânica, como parte do processo de desconcentração econômica a partir de São Paulo (IPARDES, 2003).

Numa dinâmica paralela e inversa à observada pelo Setor Agropecuário, os segmentos da indústria moderna da metalmecânica lideraram uma mudança qualitativa na estrutura industrial do Estado, centrada no aglomerado metropolitano de Curitiba. Como resultado da maturação de investimentos dos anos 70, realizados por mecanismos institucionais de estímulo à atividade produtiva, oriundos do extinto Banco de Desenvolvimento do Paraná (BADEP) e do Fundo de Desenvolvimento Econômico (FDE), os segmentos da metalmecânica passaram a apresentar maiores ganhos no valor adicionado da indústria de transformação.

Nos últimos 30 anos a população de Curitiba praticamente triplicou e a da RMC aumentou 250% em relação aos números obtidos no Censo de 1970. De acordo com a estimativa populacional do IBGE para 2005, Curitiba é a maior cidade do Paraná e a sétima cidade do Brasil em número de habitantes. A taxa de crescimento médio anual da população de Curitiba, no período de 2000 a 2005, foi de 2,10% e a população passou de 1,587 milhão, em 2000, para 1,757 milhão, em 2005. Para os demais municípios da RMC, o crescimento médio anual foi de 3,94% (tabelas 18 e 19).

TABELA 18 - POPULAÇÃO DE CURITIBA, RMC, PARANÁ E BRASIL A PARTIR DA DÉCADA DE 1970.

REGIÃO	1970	1980	1991	1996	2000	2005
Curitiba	609.026	1.024.975	1.315.035	1.476.253	1.587.315	1.757.904
RMC	901.959	1.527.129	2.099.558	2.471.771	2.768.394	3.186.099
Paraná	6.929.868	7.629.392	8.448.713	9.003.804	9.563.458	10.261.856
Brasil	93.139.037	119.002.706	146.825.475	157.070.163	169.799.170	184.184.264

FONTE: IBGE

NOTA: Extraído de Curitiba S/A - Diretoria de Desenvolvimento Econômico.

TABELA 19 - AS DEZ CIDADES MAIS POPULOSAS DO BRASIL EM 2005

POSIÇÃO	CIDADE	POPULAÇÃO
1	São Paulo	10.927.985
2	Rio de Janeiro	6.094.183
3	Salvador	2.673.560
4	Belo Horizonte	2.375.329
5	Fortaleza	2.374.944
6	Brasília	2.333.108
7	Curitiba	1.757.904
8	Manaus	1.644.690
9	Recife	1.501.008
10	Porto Alegre	1.428.696

FONTE: IBGE - Estimativa Populacional para os municípios brasileiros em 01/07/2005

NOTA: Extraído de Curitiba S/A - Diretoria Desenvolvimento Econômico.

As mudanças dos anos 70 e 80 culminaram com a vinda de grandes grupos, porém com empresas de grande porte. Até então, não constituíam um parque de fornecedores nem desenvolviam relações intersetoriais mais expressivas. Ao final da década de 80, a economia paranaense atingiu um patamar qualitativamente distinto, reunindo pré-condições para o bom desempenho obtido

nos anos 90, contrário aos indicadores verificados nas demais regiões do país por conta da "década perdida", segundo avaliação dos economistas.

Nos anos 90, o grau de inserção da economia paranaense na economia brasileira e internacional cresceu significativamente. A estrutura industrial incorporou novos segmentos e, dessa forma, criou nova dinâmica no Estado e a economia paranaense aproveitou-se, no início da década, das condições macroeconômicas favoráveis (estabilidade econômica, retorno dos investimentos estrangeiros etc.), ao implementar uma política de atração industrial baseada no resgate do FDE, combinada com importantes vantagens a infra-estrutura energética e o Porto de Paranaguá.

Esse conjunto de fatores propiciou um ciclo de expansão de empresas de grande porte no Estado, em particular das sediadas na RMC, além da introdução de segmentos modernos da economia (IPARDES, 2004). Nessa dinâmica, destaca-se a instalação das grandes montadoras como Renault (com investimentos de US\$ 1,12 bilhão), Volkswagen-Audi (com US\$ 750 milhões) e Chrysler, com investimento de US\$ 315 milhões. A Chrysler encerrou suas atividades em 2001 e sua planta industrial foi adquirida pela Tecumseh (TMT), montadora internacional de motores a combustão, o que deverá moldar um novo perfil industrial para Campo Largo nos próximos anos.

Atualmente, a RMC se configura como um dos pólos de produção automotiva no país, responsável pela produção de 9% do total de veículos produzidos, segundo a ANFAVEA. No entanto, esse pólo só se consolidou a partir do final da década de 1990, com a vinda de três montadoras para a região, que se somaram às duas existentes na década de 1970 – New Holland e Volvo. Essa dinâmica provocou o adensamento de empresas do setor e despertando o interesse nacional e internacional para investimentos em setores de bens de consumo durável e de capital. É importante ressaltar que a RMC abriga hoje mais de 200 empresas que atuam no setor automotivo cujos negócios, por sua vez,

criam outros por meios das "economias de aglomeração", exigindo a melhoria dos padrões tecnológicos das empresas instaladas, bem como a capacitação dos profissionais requisitados, o que produz resultados sociais relevantes.

Em termos regionais, o conjunto de políticas implementadas na década de 1990 constituiu-se em elemento fundamental para a inserção do Paraná na dinâmica espacial da economia brasileira. Parte significativa dos investimentos está ocorrendo no setor automotivo, com capacidade de geração de efeitos endógenos diretos e indiretos, especialmente no Setor de Serviços (MACEDO et al., 2002). A trajetória desenvolvida pela economia paranaense, embora consolide o aglomerado metropolitano e sedimente nessa espacialidade indicadores de desempenho favoráveis, reserva também para outras regiões do Estado dinâmicas específicas e expressivas, como ocorre com o agronegócio e os Arranjos Produtivos Locais (APL). Apesar de tudo, permanecem ainda as desigualdades regionais em razão da seletividade do capital por espaços dotados de infraestrutura mais atraente e tecnologia mais afinada com as suas necessidades.

A importância auferida pela RMC nesse contexto e as características de sua atividade econômica lhe confirmam como um dos "elos da rede de núcleos dinâmicos – cada vez mais integrada e articulada com o exterior – a qual está passando a definir o processo de criação de riquezas na economia brasileira" (MACEDO et al., 2002, p.18). A RMC foi receptora de amplo pacote de investimentos, centrado na indústria automobilística, o que propiciou diversificação industrial carregando uma série de fornecedores de primeira linha. Ainda assim, não ficou imune ao baixo crescimento do emprego, particularmente o industrial, cujo crescimento constatado nos últimos anos adere-se às novas atividades, especialmente no Setor de Serviços, o qual respondeu, em 2004, por 65,05% dos empregos formais gerados em Curitiba, seguido pelo Setor do Comércio com 17,85% e a Indústria, com 14,05% do total (tabela 20).

TABELA 20 - EMPREGOS POR SETOR DE ATIVIDADE EM CURITIBA

DESCRIÇÃO	ABSOLUTO	%
Setor Primário	1.596	0,25
Agropecuário, Extração Vegetal, Caça e Pesca	1.596	0,25
Setor Secundário	106.742	16,84
Indústria	89.033	14,05
Construção Civil	17.709	2,79
Setor Terciário	525.531	82,91
Comércio	113.122	17,85
Serviços	412.409	65,06
TOTAL	633.869	100,00

FONTE: TEM/RAIS 2004

NOTA: Extraído de Curitiba S/A - Diretoria de Desenvolvimento Econômico.

Indiferente ao desenvolvimento proporcionado, o Paraná registrou em 2003 uma taxa de pobreza de 20,87%, equivalente a 589 mil famílias em estado de pobreza. Na RMC, a taxa de pobreza era de 13,08%, correspondente a 106.805 famílias nessa condição. Dado o volume populacional, a RMC concentra 18,12% das famílias pobres do Paraná, apesar de sua taxa ser uma das mais baixas entre as aglomerações urbanas do Estado, num grande desafio para os Governos.

#### 2.3.4 Critério de Classificação das Empresas

Os artigos 146, 170 e 179, da Constituição Federal de 1988, contêm os marcos legais que fundamentam as medidas e ações de apoio às MPE no Brasil. O artigo 170 inseriu definitivamente as MPE nos princípios gerais da ordem econômica, garantindo tratamento favorecido para essas empresas. Coube ao artigo 179 orientar as administrações públicas e dispensar tratamento jurídico diferenciado ao segmento com intuito de incentivá-las pela simplificação ou redução das obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, por meio de leis específicas. O artigo 146 contém dois novos dispositivos, aprovados pela Reforma Tributária de 2003, prevendo que uma lei hierárquica superior, a lei complementar, definiria tratamento diferenciado e favorecido para as MPE, incluindo um regime único de arrecadação dos impostos e contribuições da União, dos Estados e dos Municípios, além de um cadastro unificado de

identificação. Os artigos em questão constituem as principais referências para a adoção de medidas de apoio às MPE, por meio de legislação infra-constitucional, como leis, decretos e outros instrumentos legais.

No Brasil, os parâmetros para classificação das PME são definidos pelo Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte (Lei 9841/99) e do SIMPLES (Lei 9317/96), que utilizam o critério da receita bruta anual, além dos critérios utilizados pela RAIS/TEMTE e pelo SEBRAE, nos quais o tamanho é definido pelo número de empregados. Essencialmente um sistema de simplificação tributária, o SIMPLES prevê restrições à inclusão de diversos segmentos de MPE, não se aplicando, então, a todo universo de MPE no Brasil. Esse fato foi levado em consideração no desenvolvimento do presente estudo.

Para o SEBRAE (2005a), a adoção de critérios para definição de tamanho da empresa constitui importante fator de apoio às PME e permite que as empresas classificadas dentro dos limites estabelecidos possam usufruir dos benefícios e incentivos previstos na legislação que dispõe sobre o tratamento diferenciado ao segmento e que buscam alcançar objetivos prioritários de políticas públicas, como o aumento das exportações, a geração de emprego e renda, a redução da informalidade dos pequenos negócios e a busca da dignidade, entre outras.

A Lei 9841, de 05 de outubro de 1999, sancionada pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso, instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, assegurando a elas um tratamento jurídico diferenciado e simplificado nos campos administrativo, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e também de desenvolvimento empresarial.

Na ocasião, a idéia principal era facilitar a constituição e o funcionamento das microempresas e das empresas de pequeno porte, a fim de assegurar o fortalecimento de sua participação no processo de desenvolvimento econômico e social, porém, decorridos sete anos desde a sua criação, é possível afirmar que as barreiras ainda são enormes para quem deseja prosperar nesse campo.

No referido Estatuto, o critério adotado pelo SEBRAE para conceituar micro e pequena empresa é a receita bruta anual, em reais, cujos valores foram atualizados pelo Decreto 5028/2004, de 31 de março de 2004, que corrigiu os limites originalmente estabelecidos pela Lei 9841 e segmentou as empresas de acordo com a receita bruta anual, o número de pessoas ocupadas e a natureza dos serviços, conforme segue:

- **Microempresa**
  - Receita bruta anual ou inferior a R\$ 433.755,14
  - Na Indústria e Construção: até 19 pessoas ocupadas
  - No comércio e serviços: até 09 pessoas ocupadas
- **Pequena Empresa ou Empresa de Pequeno Porte**
  - Receita bruta anual superior a R\$ 433.755,14 e igual ou inferior a R\$ 2.133.222,00
  - Na Indústria e Construção: de 20 a 99 pessoas ocupadas
  - No Comércio e Serviços: de 10 a 49 pessoas ocupadas

Para as empresas que adotam o regime tributário especial simplificado de tributação SIMPLES – Lei de cunho estritamente tributário - os valores adotados foram revistos pela Lei no. 11.196/2005 conforme estabelecido a seguir:

- **Microempresa:** receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 240.000,00.
- **Empresa de Pequeno Porte:** receita bruta anual superior a R\$ 240.000,00 e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00.
- **Média Empresa**
  - Na indústria e Construção: de 100 a 499 pessoas ocupadas;
  - No Comércio e Serviços: de 50 a 99 pessoas ocupadas.
- **Grande Empresa**
  - Na Indústria e Construção: acima de 499 pessoas ocupadas;
  - No Comércio e Serviços: acima de 99 pessoas ocupadas.

De acordo com a mesma lei, se a receita bruta acumulada for superior a R\$ 2.400.000,00, a pessoa jurídica estará automaticamente excluída do Simples no ano-calendário subsequente, podendo retornar ao sistema, formalizando sua

opção no ano-calendário subsequente àquele em que a receita bruta anual tenha ficado dentro dos limites estabelecidos. Em termos comparativos, os parâmetros podem ser avaliados de acordo com a tabela 21.

De acordo o SEBRAE (2006), para efeitos tributários, existem diferentes definições empregadas em cada um dos Estados através de programas de apoio à micro e pequena empresa, também denominadas Simples Estaduais, com uma grande heterogeneidade de conceitos, definidos de acordo com a sua situação econômica fiscal própria e, em muitos casos, de acordo com a vontade política de seus governantes em cumprimento às promessas de campanha.

TABELA 21 - CRITÉRIO DE CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS NO BRASIL

ÓRGÃO	MICRO	PEQUENA	MÉDIA
ESTATUTO MPE			
Receita Bruta Anual	R\$ 433.755,14	R\$ 2.133.222,00	-
SIMPLES			
Receita Bruta Anual	R\$ 240.000,00	R\$ 2.400.000,00	-
RAIS/MET			
No. de Empregados	0 – 19	20 – 99	100 - 499
SEBRAE			
Indústria			
SEBRAE			
Comércio e Serviços			

FONTE: MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO

NOTA: Valores atualizados pelo autor com base no Decreto 5028/2004 e Lei 196/2005.

Os maiores limites de enquadramento são definidos por SP, RS, PR e BA, que adotaram R\$ 2.400.000,00 de receita bruta anual. Neste sentido, os municípios carecem de leis e são muito poucos aqueles que contemplam o segmento as MPE com legislações próprias de fomento.

A Lei Geral da ME e da EPP abrangerá as três esferas do poder público, o que significa que todas as suas disposições serão aplicadas no âmbito Federal, Estadual e Municipal. Isto deve proporcionar maior eficácia nos dispositivos e resultados muito mais concretos e efetivos para os pequenos negócios, os quais passarão a ser regidos por um sistema legal uniforme, numa espécie de consolidação de todo o conjunto de obrigações em um único sistema. Nesse

escopo, as diferenças regionais foram respeitadas, com a criação de limites diferenciados para os Estados, de acordo com a sua participação efetiva no PIB.

Apesar das diversas tentativas de criação de uma legislação para as MPE, a história revela que, no caso específico do Brasil, a força política de alguns Estados se sobrepõe de acordo com a vontade de seus governantes, os quais, pressionados por suas bases eleitorais e suas propostas de campanha nem sempre passíveis de cumprimento, provocam desequilíbrios regionais e econômicos danosos e contrários às expectativas dos pequenos empreendedores.

Portanto, a formatação e a aprovação de uma política nacional unificada é apenas um dos desafios a serem superados pela Lei Geral das MPE, prevista para aprovação em 2006. Outros fatores – não menos importantes – como a reforma tributária, revisão e flexibilidade das leis trabalhistas, redução da burocracia e aumento da prioridade para os micros e pequenos empreendimentos são questões que serão solucionadas somente com a criação de uma cultura empreendedora.

## 2.4 FATORES DETERMINANTES DO SUCESSO

### 2.4.1 O Conceito de Sucesso

De acordo com o dicionário brasileiro contemporâneo Aurélio, a palavra "sucesso" é definida da seguinte forma: "Sucesso, do latim *succesu*, substantivo masculino, que significa: 1. aquilo que sucede; 2. acontecimento, sucedimento; 3. resultado, conclusão; 4. bom êxito, resultado feliz".

Em francês, a palavra é *succès*, que significa vitória. Em italiano, a palavra é *suceso*, que significa fato, evento, episódio. Em inglês, *success*, significa fortuna, prosperidade. Em alemão, é a junção do pronome pessoal "ER" que significa "ele", com o substantivo "FOLGE", que significa sucessão, seqüência, série, continuação, que nos mostra o sucesso como sendo ele uma sucessão, uma conseqüência, uma série, uma continuação, formando a palavra ERFOLG.

Segundo o filósofo Tales de Mileto, célebre astrônomo e matemático grego, o sucesso verdadeiro é, entre todas as coisas, o que causa maior satisfação, sendo que o autoconhecimento é o aspecto mais essencial para torná-lo duradouro. Para Deepak Chopra, médico indiano contemporâneo, o sucesso na vida é a expansão contínua da felicidade bem como a realização progressiva de objetivos compensadores.

Ter sucesso na vida pessoal e profissional nos dias atuais é praticamente um imperativo embora o conceito tenha caráter subjetivo quando se avalia o estágio ou o grau de sucesso almejado por diferentes pessoas em diferentes países. Para alguns, o sucesso significa amealhar um patrimônio líquido invejável e viver uma vida de luxo e prazer em todos os sentidos. Para outros, sucesso implica em ter saúde para enfrentar as dificuldades terrenas e garantir uma velhice saudável e relativamente tranqüila.

Em geral, somos elogiados e premiados pelo que sabemos e o que somos e pagamos um alto preço pelo que não sabemos e o que não somos: reprovação, vergonha, exclusão social, perda da auto-estima, críticas, atraso profissional, castigos, marginalização e isolamento. Segundo Kofman (2004, p.56), não obter sucesso pode nos levar aos mais baixos escalões sociais: a perda de oportunidades, a humilhação e o desemprego, portanto, qualquer situação contrária pode ser associada ao sucesso.

#### 2.4.2 O que é uma Empresa de Sucesso?

Kay Kendall, juíza do Programa de Qualidade Nacional Malcom Baldrige, conferido anualmente nos Estados Unidos, afirma que as empresas de sucesso são incansáveis no que são e fazem, e se compreendem muito bem. Isso não significa que não possam mudar de acordo com o mercado, mas se estiverem no ramo de saúde, por exemplo, sabem que sua missão é tornar as pessoas mais saudáveis. Empresas de sucesso estão sempre se comparando às outras e se desafiando a melhorar.

Para Kofman (2004, p.8) o conceito de sucesso vai além do alcance dos resultados tangíveis desenhados para um negócio ou organização. Segundo ele, o resultado excepcional, sustentado no tempo (e não apenas pontual), deve abranger outras duas dimensões no mundo atual: a do grupo e a do indivíduo.

Kotler (2000, p.58) acredita que a satisfação do cliente é o caminho mais apropriado para as empresas alcançarem o sucesso. Satisfação, segundo ele, consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho (ou resultado) percebido de um produto em relação às expectativas do comprador. As empresas que almejam o sucesso estão focando a alta satisfação considerando que clientes meramente satisfeitos são muito menos propensos a mudar.

Um alto nível de satisfação ou encantamento cria um vínculo emocional com a marca, não apenas uma preferência racional. Este vínculo emocional é determinante para ampliar a perspectiva de perpetuidade da empresa, além de vantagens competitivas e operações na cadeia de valor de seus fornecedores, distribuidores e clientes.

Com base em análise das empresas bem-sucedidas que compõem o S&P Global 1200, ao longo de 10 anos, o Relatório *Growth Triathlon*, elaborado pela *IBM Consulting Services* 2006 indica que apenas um terço delas aumentou tanto sua renda quanto seu retorno total ao acionista com resultados significativos. Independentemente da indústria e região na qual estão inseridas, todas essas empresas demonstraram ter uma característica comum: a capacidade para responder rapidamente às oscilações do mercado. O S&P 1200 é um índice de desempenho criado pela Consultoria Standard & Poors, com base na Bolsa de Valores de vários países.

Segundo o estudo, 94% das empresas de sucesso experimentaram pelo menos um ano de crescimento abaixo da média, enquanto que 72% registraram um crescimento inferior à média durante três ou mais anos. O estudo indica que as empresas devem se destacar em três áreas táticas para se tornarem bem-sucedidas e alcançar o sucesso:

- **Compartilhamento:** a maioria das empresas de sucesso hoje repensa a maneira como fazem negócios, formando parceria para atingir níveis mais elevados de inovação e crescimento. Elas reconhecem que estratégias distintas de crescimento requerem capacidades diferenciadas e novos modelos de negócio. Para tanto, integram tecnologia, processos e pessoas ao longo da cadeia de valor, tornando-se aptas a detectar e responder rapidamente às mudanças de mercado.
- **Capacidade de seus talentos** em perceber as mudanças mais cedo e direcionar sua organização de maneira adequada para essas mudanças. Desenvolvem um ponto de vista para o futuro e também refletem uma predisposição a desenvolver iniciativas que suportem seu crescimento.
- **Convicção na Execução:** as empresas de sucesso possuem capacidade de execução superior, ou seja, estão aptas a colocar em prática iniciativas que suportem seu crescimento, de maneira sustentável. Nesse sentido, além de depender de seus talentos, as empresas também dependem da capacidade de seu pessoal em trabalhar em grupo e reduzir burocracias.

Portanto, somente o alcance de metas concretas – lucro, estratégia, conquista de *market share*, crescimento etc. – por um grupo de pessoas que trabalhe com um objetivo comum, baseado em relações de confiança, com abertura e transparência para executá-las, pode garantir o sucesso. Isso ainda não seria o suficiente, uma vez que existe a dimensão do indivíduo. Se cada indivíduo não compreender exatamente o seu papel dentro do sistema e como este papel preenche o seu objetivo de vida para cumprir a sua estratégia pessoal, o ciclo virtuoso de sucesso não se completa e o sucesso da organização será apenas um conceito no papel.

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Essa pesquisa tem caráter predominantemente qualitativo e está focada num estudo exploratório-descritivo com a finalidade de ampliar, identificar e discutir a contribuição do fenômeno do empreendedorismo e sua importância no desenvolvimento local, especificamente o da Região Metropolitana de Curitiba.

O vasto referencial teórico utilizado conduziu a uma reflexão sobre o conceito clássico de empreendedorismo adotado em trabalhos acadêmicos. Sua aplicabilidade prática permitiu identificar as principais características utilizadas pelos empreendedores bem-sucedidos, objeto da pesquisa, para a criação de empresas duradouras e sua contribuição para o desenvolvimento local.

De acordo com Gil (2002):

A pesquisa bibliográfica tem caráter de elaborar fundamentos que imprimam a coerência e a estruturação da dissertação com a pesquisa de campo, a partir de leituras de matérias já publicadas, livros, periódicos, revistas, jornais, artigos, estatísticas e publicações da Internet, de autores contemporâneos, com posterior organização dos textos em forma de resumos, citações e interpretações.

A integração da pesquisa quantitativa e qualitativa permite que o pesquisador faça um cruzamento de suas conclusões de modo a ter maior confiança que seus dados não são produto de um procedimento específico ou de alguma situação particular (GOLDENBERG, 2003, p.62).

Apesar do caráter predominantemente qualitativo, a pesquisa levou em consideração os dados obtidos das interações ocorridas em entrevista semi-estruturada realizada com empreendedores de MPE previamente selecionadas na Região Metropolitana de Curitiba para consubstanciar a base de dados teórica. No entanto, a base teórica por si propiciou um cabedal distinto de informações considerando a importância que a questão do empreendedorismo despertou nos governos em geral.

### 3.2 ESCOLHA DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O estudo foi validado mediante aplicação de entrevistas semi-estruturadas realizadas de forma individual, com sócios-proprietários de 24 PME localizadas na Região Metropolitana de Curitiba a fim de se obter a consistência necessária para o referencial teórico utilizado no desenvolvimento da pesquisa. Apesar de existirem oficialmente 225 mil empresas registradas na RMC, a abordagem foi de uma amostra relativamente pequena para extrair dados e informações de caráter predominantemente histórico e subjetivo dos empreendedores.

Quanto ao tamanho da amostra, Mattar (1996) indica que ela não precisa ser necessariamente representativa. Esta informação permitiu extrair da população inicialmente definida (48 empresas) um número aleatório de empresas selecionadas dentre os três setores básicos da economia local: indústria, comércio e serviços, exceto empresas de natureza pública e do terceiro setor.

Colognese e Melo (1998) afirmam que a entrevista semi-estruturada é caracterizada pela formulação da maioria das perguntas previstas com antecedência e sua localização é provisoriamente determinada. Na entrevista semi-estruturada, o entrevistador tem uma participação ativa e, apesar de observar um roteiro, ele pode fazer perguntas adicionais para esclarecer questões para a melhor compreensão do contexto.

Triviños (1992) diz que a entrevista semi-estruturada valoriza a presença do investigador e oferece perspectivas possíveis para que o entrevistado alcance a liberdade e a espontaneidade necessárias, enriquecendo a investigação. O autor observa ainda que o processo de entrevista semi-estruturada oferece melhores resultados quando se trabalha com diferentes grupos de pessoas.

No referido estudo as entrevistas semi-estruturadas foram realizadas com base em um roteiro previamente estabelecido, envolvendo uma combinação de 16 questões abertas e fechadas, dentro do foco almejado para a validação das hipóteses mencionadas no item 1.4, porém, sem qualquer interferência no ponto de vista e na liberdade de pensamentos do entrevistado.

A elaboração dos itens mencionados na entrevista semi-estruturada levou em consideração os dez critérios a seguir, propostos por Pasquali (2005, p.48), embora não tenha sido necessária a aplicação de todos:

1. Comportamental: cada um deve expressar um comportamento, não uma abstração ou construto;
2. Objetividade ou desejabilidade ou preferência: para escalas de atitude, os itens devem cobrir comportamentos desejáveis;
3. Simplicidade: cada item deve expressar uma idéia única;
4. Clareza: os itens devem ser inteligíveis até para os estratos mais baixos da população-alvo;
5. Relevância: a expressão deve ser consistente com o traço (atributo, fator, propriedade psicológica) definido e com as outras fases que cobrem o mesmo atributo;
6. Precisão: o item deve conter uma posição definida no contínuo do atributo;
7. Variedade: esse critério sugere a variação na linguagem utilizada, para não confundir as frases e dificultar a diferenciação das mesmas pelos respondentes;
8. Modalidade, segundo esse critério, não se deve formular itens como expressões extremadas;
9. Tipicidade: de acordo com esse critério, as frases devem ser formadas com expressões condizentes com o atributo;
10. Credibilidade: segundo o critério, os itens devem ser formulados de modo que não pareça ridículo, infantil ou despropositado.

### 3.3 CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO DA AMOSTRA

As empresas objeto da pesquisa foram selecionadas previamente de acordo com os seguintes critérios:

- Empresas genuinamente paranaenses;
- Empresas com atividades iniciadas na RMC;
- Empresas com mais de 5 anos de atividade na RMC;
- Micro e Pequenas Empresas com receita anual igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais);
- Empresas de Médio Porte no segmento da Indústria e Construção Civil com número de empregados igual ou inferior a 499 pessoas ocupadas;
- Empresas de Médio Porte no segmento do Comércio e de Serviços com número de empregados igual ou inferior a 99 pessoas ocupadas;

### 3.4 SELEÇÃO DA AMOSTRA

A intenção inicial era pesquisar um número de empresas superior ao número referendado no estudo. Na ocasião, 48 empresas haviam sido selecionadas, mas o caráter eminentemente exploratório-descritivo da pesquisa apontou rapidamente para as razões do fracasso empresarial. Diante do universo limitado das empresas que compõem o círculo virtuoso do sucesso, tornou-se mais interessante redirecionar o objeto do estudo e avaliar os fatores que compõe a base do desenvolvimento local, o que possibilitou a reduzir o número e direcionar as entrevistas somente para empresas bem-sucedidas, de acordo com tabela a seguir:

TABELA 22 - CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS QUANTO A LOCALIZAÇÃO, NATUREZA DOS SERVIÇOS E TAMANHO

LOCALIZAÇÃO				NATUREZA						CLASSIFICAÇÃO					
Capital		RMC		Indústria		Comércio		Serviço		Micro		Pequena		Média	
Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
16	66,67	8	33,33	5	20,83	9	37,50	10	41,67	0	0	10	41,67	14	58,33

FONTE: Dados elaborados pelo autor com base nos resultados da pesquisa.

### 3.5 COLETA DE DADOS

Com o propósito de testar as hipóteses de trabalho e responder às perguntas de pesquisa, a coleta de dados foi realizada por meio de 3 fontes distintas de informações, a saber.

## **Pesquisa Bibliográfica**

A construção do referencial teórico foi iniciada em agosto de 2005 mediante pesquisa exploratória em livros de autores consagrados e relacionados ao objeto da pesquisa, além de relatórios estatísticos elaborados por órgãos nacionais e internacionais: ANPROTEC, ACP, CNI, FGV, FIEP, GEM, IBGE, IBPT, IBQP, IPEA, IPARDES, IPPUC, MINC, MTE, OIT, ONU, SEBRAE e Incubadoras Tecnológicas.

## **Pesquisa de Campo em Empresas da Iniciativa Privada**

Foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com 24 empreendedores de empresas distintas e previamente selecionadas, com base em roteiro específico elaborado para o propósito da pesquisa.

Em princípio, o pesquisador entrevista as pessoas que parecem saber mais sobre o tema estudado do que quaisquer outras. Acredita-se que pessoas estão no topo de uma hierarquia de credibilidade, isto é, o que dizem é mais verdadeiro do que aquilo que outras, que não conhecem tão bem o assunto, diriam. Na verdade, o pesquisador não deve se limitar a ouvir apenas estas pessoas. Deve também ouvir quem nunca é ouvido, invertendo assim esta hierarquia de credibilidade (GOLDENBERG, 2003, p.85).

## **Sites da Internet**

Com relação às informações disponíveis na *web*, foram utilizados somente sites de órgãos e entidades oficiais de pesquisa científica, principalmente aqueles relacionados com o propósito do estudo, a saber: BABSON COLLEGE, BIREME, ENDEAVOR, PUC, SCIELO, USP, UFSC, UFPR, UNIVERSIA, além de outros sites específicos: FGV, GEM, IBGE, IBPT, IPARDES, MINC, MIT, RAE.

### **3.6 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS E OBTIDOS**

O processo de análise dos dados coletados e obtidos ocorreu em três fases distintas e foi decorrente de um processo estruturado com intuito facilitar o

entendimento da técnica, de forma dinâmica e continuada durante o desenvolvimento da pesquisa.

- **Fase I - Ordenação dos Dados:** transcrição das entrevistas realizadas pelo autor da dissertação, com posterior organização do material coletado em conjunto com o orientador, demarcando a aproximação inicial entre o sentido geral dos discursos e o referencial teórico.
- **Fase II - Classificação dos Dados:** essa fase serviu de suporte para o aprendizado quanto à aplicação da técnica de utilização de dados empíricos em pesquisa qualitativa. Os dados obtidos nas entrevistas foram classificados de acordo com os pontos comuns e os pontos divergentes revelados pelos empreendedores durante a pesquisa.
- **Fase III - Análise e Confronto dos Dados:** os dados foram confrontados uns com os outros, provenientes dos resultados obtidos na pesquisa bibliográfica, da análise documental, dos aspectos econômicos, políticos e sociais da RMC, do resultado de outros estudos relacionados ao objeto da pesquisa e, finalmente, das revelações e ponderações obtidas durante as entrevistas realizadas com os empreendedores.

Primeiramente, cabe ressaltar que o referencial teórico existente sobre o objeto da pesquisa ainda é relativamente limitado. Apesar de ter sido mencionada uma extensa bibliografia, poucos autores se dedicam ao assunto de maneira estruturada, com base em pesquisa científica, portanto, estudiosos como Joseph A. Schumpeter, Peter Drucker e Jean Baptiste Say constituíram a base da pesquisa bibliográfica. Dentre os poucos autores contemporâneos, Robert Hirsch, Amar Bhidé e Louis Jacques Fillion foram os mais citados.

A pesquisa bibliográfica foi realizada com o propósito de estabelecer a correlação existente entre os diferentes conceitos estabelecidos para os termos "empreendedorismo" e "empreendedor" desde o Século XVIII, quando o termo se fez presente nas obras do banqueiro Cantillon. No decorrer do estudo foi possível

encontrar mais de 30 definições diferentes para os dois termos. Embora a essência seja mantida, as diferentes definições sofrem poucas variações com relação ao significado e a missão do empreendedor. As definições mais expressivas foram relacionadas na tabela 8.

Além do esclarecimento dos conceitos utilizados, a pesquisa bibliográfica propiciou melhor entendimento sobre as razões para tantos fracassos no mundo dos negócios, apesar de o índice de conhecimento ter aumentado consideravelmente a partir dos anos 50 – período pós II Guerra Mundial, quando as empresas passaram a investir pesado no desenvolvimento de pesquisas tecnológicas e melhoria do conforto do ser humano. O referencial teórico utilizado proporcionou uma divisão estrutura do estudo em três partes distintas: 1) o processo empreendedor; 2) a formação da cultura empreendedora; 3) Empreendedorismo e Desenvolvimento Local.

Com relação ao Processo Empreendedor, foi possível relacionar todos os conceitos existentes na literatura disponível e estabelecer uma relação existente entre administração, inovação e empreendedorismo, desde o século XVIII, e como se forma o processo empreendedor de o surgimento do termo.

Com relação ao capítulo dedicado à Cultura Empreendedora, a pesquisa bibliográfica foi de caráter exploratório no sentido de identificar e compreender o papel dos agentes sociais envolvidos no processo de formação da cultura empreendedora de determinado local ou região e as etapas do processo empreendedor.

O último capítulo propiciou o entendimento da correlação existente entre empreendedorismo e desenvolvimento local, a partir da pesquisa bibliográfica e dos dados disponíveis em relatórios publicados regularmente por órgãos da iniciativa pública e privada, dedicados ao entendimento das mudanças ocorridas na configuração espacial da RMC com a criação da CIC (1973) e a vinda das grandes montadoras de veículos (1990) para o Paraná.

As entrevistas semi-estruturadas tiveram início em agosto de 2006 e foram realizadas com o prévio agendamento e a concordância do entrevistado, em

atenção ao interesse de ambas as partes quantos os critérios de disponibilidade, tempo de duração e completo isolamento das atividades do cotidiano, de maneira que ocorresse com todo desprendimento possível e garantisse a idoneidade dos dados ali mencionados.

O roteiro da entrevista foi elaborado em consenso com o orientador e o caráter objetivo das questões envolvidas levou em consideração a importância de se obter um depoimento puro e simples do entrevistado, a partir do seu ponto de vista e da sua maneira de fazer negócios. O fator mais importante a ser considerado foi o modelo de construção do empreendimento bem-sucedido, portanto, a simplicidade do relatório mesclado com perguntas abertas e fechadas foi fundamental para a coleta de dados.

As questões de número 1 a 5 foram aplicadas com a simples finalidade de enquadrar as empresas dentro dos critérios de classificação descritos no item 2.3.4, definidos pelo Estatuto das MPES, SEBRAE e Ministério do Trabalho e do Emprego. As questões de número 6 a 11 dizem respeito aos critérios adotados pelos entrevistados para a concepção do empreendimento à época de sua criação e para a transposição dos obstáculos encontrados no percurso. As questões de número 12 a 16 estão diretamente relacionadas com o grau de satisfação alcançado pelos entrevistados até o presente momento e os fatores que consideram ter contribuído para o sucesso dos negócios bem como sua importância para o desenvolvimento local.

Na fase de classificação dos dados, ocorreu a definição dos aspectos de análise a serem observados, dentre eles: a relação existente entre o referencial teórico e o aspecto prático dos negócios; as características do processo empreendedor; o real entendimento dos empreendedores quanto aos conceitos de empresa bem-sucedida e desenvolvimento local e, por fim, a identificação dos fatores condicionantes de sucesso nos empreendimentos. As informações foram construídas a partir de uma interpretação exaustiva e repetida das entrevistas e

com a sintetização de cada uma delas. A partir da síntese foi possível classificar as empresas (tabela 23) e extrair todas as informações e os dados relacionados aos propósitos da pesquisa, cujos resultados estão disponíveis a seguir.

TABELA 23 - SÍNTESE DOS RESULTADOS DE CARÁTER OBJETIVO OBTIDOS NA PESQUISA

ITEM	VARIÁVEIS	VALORES
Grau de Instrução do Empreendedor no Início do Empreendimento	Primário	4,17%
	Superior	45,83%
	Secundário	50,00%
Idade do Empreendimento	Mais Novo	5 anos
	Mais Antigo	32 anos
	Médio	16 anos
Faturamento Anual	Menor	R\$ 600 mil
	Maior	R\$ 95 milhões
	Médio	R\$ 25 milhões
Número de Empregados	Mínimo	2
	Máximo	446
	Médio	80
Motivação para Empreender	Necessidade	4,2%
	Oportunidade	95,8%
Origem do Capital no Início do Empreendimento	Próprio	25,0%
	Terceiros	75,0%
Planejamento do Negócio	Planejou	0,0%
	Não Planejou	100,0%

FONTE: Dados elaborados pelo autor com base nos resultados da pesquisa

Os resultados conclusivos da pesquisa serão apresentados em capítulo específico. As tabelas 22 e 23 e os quadros 5 e 6 representam uma síntese dos sucessivos confrontos realizados durante a interpretação das entrevistas. Cada entrevista foi analisada sob diferentes aspectos e, portanto, apontaram diferentes categorias empíricas. Com relação ao caráter subjetivo da pesquisa, foi possível enumerar os aspectos mais relevantes associados à formação de uma cultura empreendedora, cujos resultados conclusivos também serão detalhados na conclusão.

A síntese dos resultados subjetivos foi dividida em duas tabelas distintas, a saber:

QUADRO 5 - SÍNTESE DOS RESULTADOS DE CARÁTER SUBJETIVO OBTIDOS NA PESQUISA - PARTE I

EMPRESA	OBSTÁCULO NO CAMINHO	RAZÕES PARA EMPREENDER	FRACASSOS ANTERIORES	GRAU DE SATISFAÇÃO
1	Tributos em excesso	Autonomia	Não	Satisfeito
2	Conhecimento do negócio	Autonomia	Sim	Muito Satisfeito
3	Conviver com incertezas	Autonomia	Não	Muito Satisfeito
4	Rendimentos oscilantes	Vontade de prosperar	Sim	Muito Satisfeito
5	Capital de giro	Autonomia	Não	Satisfeito
6	Capital de giro	Realização pessoal	Não	Muito Satisfeito
7	Oscilação da receita	Realização pessoal	Não	Satisfeito
8	Dependência de terceiros	Realização pessoal	Sim	Satisfeito
9	Ferramenta de gestão	Falta de opção	Não	Satisfeito
10	Pessoal qualificado	Vontade de prosperar	Não	Satisfeito
11	Capital de giro	Vontade de prosperar	Sim	Satisfeito
12	Capital de giro	Autonomia	Sim	Muito Satisfeito
13	Credibilidade	Realização pessoal	Não	Muito Satisfeito
14	Credibilidade	Realização pessoal	Sim	Muito Satisfeito
15	Oscilação da receita	Realização pessoal	Não	Muito Satisfeito
16	Oscilação da receita	Vontade de prosperar	Sim	Satisfeito
17	Capital de giro	Realização pessoal	Não	Muito Satisfeito
18	Dependência de terceiros	Autonomia	Não	Muito Satisfeito
19	Capital de giro	Realização pessoal	Sim	Muito Satisfeito
20	Conhecimento do negócio	Realização pessoal	Não	Muito Satisfeito
21	Dependência de terceiros	Realização pessoal	Não	Satisfeito
22	Conhecimento do negócio	Realização pessoal	Não	Satisfeito
23	Administrar empresa familiar	Sobrevivência	Não	Muito Satisfeito
24	Concorrência desleal	Sobrevivência	Sim	Muito Satisfeito

FONTE: Dados elaborados pelo autor com base nos resultados da pesquisa

QUADRO 6 - SÍNTESE DOS RESULTADOS DE CARÁTER SUBJETIVO OBTIDOS NA PESQUISA - PARTE II

EMPRESA	FATORES DE SUCESSO	CARACTERÍSTICAS PESSOAIS	CONTRIB. DES. LOCAL	RETORNO AO EMPREGO
1	Profissionalização	Foco, Ousadia e Determinação	Não	Não
2	Estabilidade econômica	Foco, Ousadia e Determinação	Sim	Não
3	Qualidade dos produtos	Persistência	Não	Não
4	Estabilidade econômica	Foco, Ousadia e Determinação	Sim	Não
5	Conhecimento do negócio	Persistência	Não	Não
6	Características pessoais	Assumir riscos	Não	Não
7	Planejamento	Determinação	Não	Não
8	Conhecimento do negócio	Obstinação, vontade de vencer	Sim	Não
9	Conhecimento do negócio	Gostar do que faz, persistência	Não	Não
10	Planejamento	Capacitação	Não	Não
11	Planejamento	Assumir riscos	Sim	Não
12	Estabilidade econômica	Foco, Ousadia e Determinação	Sim	Não
13	Conhecimento do negócio	Capacitação	Não	Não
14	Estabilidade econômica	Otimismo	Sim	Não
15	Conhecimento do negócio	Assumir riscos	Não	Não
16	Conhecimento do negócio	Persistência	Sim	Não
17	Conhecimento do negócio	Foco, Ousadia e Determinação	Não	Não
18	Conhecimento do negócio	Ousadia	Não	Não
19	Planejamento	Foco, Ousadia e Determinação	Sim	Não
20	Planejamento	Confiança em si mesmo	Não	Não
21	Planejamento	Capacitação	Não	Não
22	Força da marca	Delegação, persuasão, foco	Não	Não
23	Pioneirismo	Obstinação, persistência	Não	Não
24	Qualidade dos produtos	Honestidade, equipe	Sim	Não

FONTE: Dados elaborados pelo autor com base nos resultados da pesquisa

A análise e a qualificação dos dados qualitativos obtidos no resultado da pesquisa propiciaram entendimento amplo e ao mesmo tempo difuso das declarações dos entrevistados. Essa afirmação deve-se ao fato de a pesquisa ter constatado diferentes percepções sobre o fenômeno do empreendedorismo e do desenvolvimento local embora os atores sociais estivessem inseridos no mesmo contexto socioeconômico. Em várias ocasiões surgiram entendimentos divergentes com relação ao significado da palavra sucesso, do conceito de desenvolvimento local e dos fatores condicionantes de sucesso, cujas interpretações equivocadas exigiram flexibilidade, esclarecimentos e sugestionamento para a obtenção de resultados mais consistentes.

A complexidade dos termos apresentados pode ser percebida por meio de diferentes visões de mundo e experiências relatadas pelos atores sociais que entendem a realidade dos negócios à sua maneira, de acordo com a sua história de vida e cabe ao pesquisador torná-las objetivas em sua totalidade a fim de reduzir a distância entre as diferentes interpretações. Neste processo, o investigador também constrói a si mesmo. De acordo com Minayo (1992, p.237), o processo de produção e produto é ao mesmo tempo uma objetivação do investigador que se torna também produto de sua própria produção.

Os resultados obtidos na pesquisa indicam que nenhum dos entrevistados admite a mínima possibilidade de retornar ao emprego formal considerando que 100% deles foram taxativos em afirmar que depois de se atingir determinado estágio na vida profissional, independentemente do grau de sucesso alcançado, o retorno à condição de empregado é descartado.

O fato de existir um elevado número de empreendedores determinados a perseguir seus objetivos por conta de um futuro promissor incerto, a despeito de todas as dificuldades encontradas para se conceber negócios por conta própria no Brasil, é um fenômeno digno de ser estudado e compreendido. Uma vez que o candidato a empreendedor tenha experimentado a pseudo-sensação de autonomia

e liberdade por determinado período e vislumbre a mínima tendência de prosperidade do empreendimento, fato ocorrido com a maioria dos entrevistados, o recuo torna-se impraticável.

Segundo afirmaram três dos entrevistados, trata-se de "um caminho sem volta, é vencer ou vencer, pois o orgulho não admite derrotas". Aliás, palavras como fracasso e derrota não mais fazem parte do vocabulário dos entrevistados, cujos empreendimentos ultrapassaram o período de resistência estabelecido pelo SEBRAE (2004), onde pouco mais de 5% das empresas iniciantes conseguem ultrapassar ao 5º ano de funcionamento, por diversas razões (tabela 24).

TABELA 24 - DIFICULDADES E RAZÕES PARA O FECHAMENTO DAS EMPRESAS

CATEGORIAS	RANKING	DIFICULDADES/RAZÕES	PESO (%)
Falhas Gerenciais	1	Falta de Capital de Giro	42
	3	Problemas Financeiros	21
	8	Ponto / Local Inadequado	8
	9	Falta de Conhecimentos Gerenciais	7
Causas Econômicas Conjunturais	2	Falta de Clientes	25
	4	Maus Pagadores	16
	6	Recessão Econômica	14
Logística Operacional	12	Instalações Inadequadas	3
	11	Falta de Mão-de-Obra Qualificada	5
Políticas Públicas e Arcabouço Legal	5	Falta de Crédito Bancário	14
	10	Problemas com a Fiscalização	6
	13	Carga Tributária Elevada	1
	7	Outras Razões	14

FONTE: Relatório dos Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade das Empresas no Brasil, SEBRAE (2004)

Apesar de não ter sido o objeto da pesquisa, foi possível identificar diferentes obstáculos encontrados no início das atividades, principalmente pelo fato de 37,5% dos entrevistados ter experimentado a sensação do fracasso antes de alcançarem a estabilidade financeira (tabela 25).

Quando comparada à tabela divulgada em 2004, nota-se que alguns itens se repetem, porém outros itens não mencionados anteriormente surgem de acordo com o entendimento e, segundo apurado, de acordo com a própria história vivida dos entrevistados em particular.

TABELA 25 - PRINCIPAIS OBSTÁCULOS ENCONTRADOS PELOS EMPREENDEDORES

POSIÇÃO	RAZÕES	PESO (%)
1	Falta de Capital de Giro	25,00
2	Oscilações da Receita	16,67
3	Desconhecimento do Negócio	12,50
4	Falta de Credibilidade	12,50
5	Dependência de Terceiros	8,33
6	Tributos Elevados	4,17
7	Rendimentos Variáveis	4,17
8	Concorrência Desleal	4,17
9	Gestão Inadequada	4,17
10	Empresa Familiar	4,17
12	Falta de Pessoal Qualificado	4,17

FONTE: Dados elaborados pelo autor com base nos dados obtidos na pesquisa

A falta de capital de giro foi o item de maior relevância na pesquisa (25%), seguido de oscilações da receita (16,67%), desconhecimento do negócio (12,5%) e falta de credibilidade (12,5%), totalizando nos quatro primeiros itens 66,67% dos obstáculos. Falta de capital de giro e desconhecimento do negócio são fatores comuns no mundo empresarial, porém oscilações da receita (16,67%) e falta de credibilidade (12,50%) são obstáculos que não podem ser removidos em curto espaço de tempo.

As operações de crédito bancário contemplam taxas de serviços e juros extremamente elevados que inviabilizam a desencorajam a captação de recursos dessa natureza. Dessa forma, os empreendedores mais disciplinados procuram reinvestir seus lucros no próprio negócio, quando possível, ou limitam o crescimento até conseguirem os recursos necessários para a expansão ou a liquidação das dívidas contraídas.

Dos empreendedores entrevistados, nenhum deles se queixou da falta de oportunidade no mercado de trabalho formal. Ao contrário, 41,7% deles abandonaram a opção do trabalho formal para se aventurar no mundo dos negócios por conta própria. 100% dos entrevistados afirmam que "jamais" retornariam à condição de empregado ainda que as dificuldades no negócio

fossem elevadas. 39,3% deles nunca trabalharam na condição de empregado, portanto, o universo utilizado para a pesquisa se mostrou insuficiente para a comprovação da hipótese. É oportuno mencionar que a RMC apresenta um dos menores índices de desemprego no país (tabela 6) e, apesar da constatação das desigualdades sociais e econômicas em determinados pontos da RMC, Curitiba apresenta o segundo maior IDH do país (0,776), perdendo apenas para Porto Alegre no ranking nacional, e primeiro IDH no Paraná.

Por outro lado, 37,5% dos entrevistados admitiram ter fracassado em negócios anteriores por diferentes razões, inclusive a falta de planejamento, contudo, a insistência no erro persistiu na abertura dos negócios subsequentes. Apesar de o fator ser considerado uma das principais razões para o fracasso, atualmente, a maioria dos empreendedores tem dificuldade na implantação efetiva dessa ferramenta de gestão e procura adotar soluções "caseiras" para manter o empreendimento ativo. Todos foram unânimes em afirmar que nunca fizeram planejamento no início das atividades, porém, com a diversificação dos negócios e o aumento do número de filiais, reconhecem que as coisas fluem melhor quando estruturadas de forma objetiva e planejadas.

O fato de 100% dos entrevistados terem se tornado bem-sucedidos nos negócios, mesmo com a falta de planejamento, não descaracteriza a importância dessa ferramenta de gestão. Apesar do conhecimento sobre o grande número de empresas que encerra as atividades em menos de 5 anos, o planejamento ainda não faz parte da cultura do empreendedor local.

Nenhum dos empreendedores admitiu ter sido beneficiado por leis de qualquer natureza, por políticas públicas nem incentivos fiscais, porém 16,7% dos entrevistados admite que a estabilidade econômica proporcionou melhores condições de trabalho e de visão de médio e longo prazo. A relação dos fatores de ordem pessoal comprova que os empreendedores em geral são mais propensos a se fazer por conta própria e risco utilizando-se de características pessoais para

obter o sucesso almejado. Persistência, vontade de prosperar, foco, determinação e ousadia são palavras que integram o vocabulário dos empreendedores e, portanto, constroem a base do desenvolvimento empresarial local.

Com relação à legislação, os empreendedores procuraram se utilizar de enquadramentos fiscais adequados ao negócio – Regime Tributário Simples, Lucro Real ou Lucro Presumido – de acordo com a orientação que recebem de seus contadores ou advogados tributaristas. Por outro lado, a descrença em relação aos governos faz com que os empreendedores busquem o conhecimento necessário para se defender das oscilações da economia nacional e dos perigos decorrentes da globalização dos mercados.

O estudo analisou as diferentes interpretações dos conceitos atribuídos ao fenômeno do empreendedorismo, a relação entre sucesso e desenvolvimento local e, a partir da compreensão desses fatos, procurou demonstrar os pontos convergentes e divergentes entre o referencial teórico e as informações obtidas na pesquisa de campo.

A estratégia de pesquisa foi a de promover um processo de empatia com os empreendedores locais para entender como eles compreendem, avaliam e assumem determinados riscos e posicionamentos diante de determinados cenários com intuito de garantir o lucro, o crescimento, prestígio, reconhecimento e a perpetuidade do negócio.

Constatou-se por meio da pesquisa bibliográfica e das entrevistas com os empreendedores que os conceitos de empreendedorismo e desenvolvimento local ainda não são muito claros para a maioria deles. Existe uma confusão generalizada dos termos "empreendedor" e "administrador" e embora o esforço dos entrevistados para a resposta mais aproximada tenha sido visível.

Apesar de todos afirmarem que suas empresas contribuem para o desenvolvimento local, somente 20,8% dos entrevistados (5) conseguiu expressar com clareza quais seriam as contribuições sem a necessidade de esclarecimentos adicionais por parte do entrevistador.

Quanto aos fatores determinantes de sucesso, foram necessárias diversas intervenções por parte do entrevistador, de forma induzida, para se atingir o propósito do estudo. Dessa forma, foi possível relacioná-los e descrevê-los de acordo com a divisão apresentada a seguir.

### **Fatores de Ordem Pessoal**

Os fatores de ordem pessoal estão relacionados com as características pessoais e dizem respeito aos valores associados à pessoa do empreendedor, ou seja, às virtudes fundamentais para quem deseja manter atividades por conta própria. O resultado da pesquisa apontou para as principais características, segundo a ordem de importância conferida pelos entrevistados:

- **Foco:** uma das características mais citadas. A concentração da atenção e da energia no negócio é fundamental para o sucesso. Todos foram categóricos em afirmar que o foco no negócio, independentemente das dificuldades, foi determinante para o fortalecimento de uma consciência empreendedora. O foco favoreceu a tomada de decisões e possibilitou aos empreendedores se prepararem melhor para as mudanças ocorridas no ambiente.
- **Visão:** significa vislumbrar um futuro otimista de médio e longo prazo quando se tem em mente que a conquista do objetivo é uma questão de tempo. A visão, segundo os entrevistados, foi construída aos poucos e ganhou força a partir do momento em que identificaram o "gosto" pelo negócio, sem perder de vista a realidade do contexto sócio-econômico onde estavam inseridos.
- **Determinação (Obstinação):** a vontade de prosperar era tanta que alguns empreendedores chegaram a se desfazer de todo o patrimônio pessoal (veículos, imóveis e objetos de arte), para investir no próprio negócio sempre acreditando numa visão de longo prazo. A

determinação dos empreendedores permitiu uma concentração maior nas oportunidades e não nos obstáculos. 37,5% dos entrevistados já haviam fracassado pela menos uma vez em negócios anteriores e retornaram ao ponto de partida, mas tomaram o fracasso como lição e decidiram prosseguir. Diretamente relacionada com a vontade de vencer, citada por 8,3% dos entrevistados.

- **Capacitação:** o investimento em aperfeiçoamento pessoal e profissional se mostrou uma característica indispensável para o fortalecimento do negócio. De modo geral, os empreendedores foram obrigados a buscar conhecimento sobre o negócio para ampliar suas habilidades gerenciais, alguns pelo fato de terem fracassado, outros pelo fato de se sentirem ameaçados e outros por iniciativa própria. O entendimento da legislação e a questão dos impostos foram as principais preocupações da maioria dos entrevistados.
- **Capacidade para assumir riscos:** assumir riscos e ousar são fatores complementares. De maneira desordenada e sem planejamento, eles acreditaram no "*feeling*" para os negócios e, por razões adversas, conseguiram superar as dificuldades mesmo correndo o risco de perder tudo o que haviam amealhado. Embora pelo menos um dos entrevistados tenha mencionado que as coisas "simplesmente aconteceram", sabe-se que a ousadia é válida, mas o esforço é necessário.
- **Capacidade de Liderança:** além de não perder o foco, nenhum dos entrevistados perdeu de vista a liderança do negócio. Frases como "mão-de-ferro" e o "olho do dono que engorda o gado" serviram de âncora para dois dos entrevistados. A palavra "delegação", associada à liderança, também se mostrou eficaz, pelo fato de os empresários cercarem-se de bons profissionais, até melhores do que eles, para evitar a concentração das decisões numa única pessoa e permitir o exercício da criatividade.

- **Confiança:** acreditar em si mesmo e no negócio são características imprescindíveis. O nível de comprometimento requereu sacrifício pessoal e esforço incomum até o momento em o negócio ganhou velocidade e uma relativa estabilidade. O grau de confiança em si mesmo tem a ver com a personalidade e a integridade, o que faz com que as pessoas confiem no empreendedor pelo fato de este conseguir associar o discurso à realidade prática, através da ética, da honestidade e da referência de idoneidade para a comunidade.
- **Comprometimento:** refere-se à capacidade de depender, única e exclusivamente, do seu esforço pessoal para concretizar uma idéia e torná-la viável, indiferente aos obstáculos encontrados. Comprometer-se, na opinião dos entrevistados, é diferente de querer. Significa empenhar "corpo e alma" no negócio e não recuar enquanto os resultados não forem plenamente satisfatórios.

Outras características foram mencionadas em menor quantidade, porém não menos importantes para a conquista do sucesso e do respeito perante os clientes e a concorrência, tais como: otimismo, vontade de vencer, honestidade, capacidade para delegar, flexibilidade e capacidade para o trabalho em equipe. 33,3% dos entrevistados afirmaram que o gosto pelo negócio ocorreu no momento em que encontraram a sua verdadeira vocação, o que levou um tempo considerável, até que o processo fosse consolidado. Vencida essa etapa, a profissionalização do negócio e a capacitação dos envolvidos completaram o ciclo de estabilidade financeira.

### **Fatores de Ordem Impessoal**

Os fatores de ordem impessoal estão relacionados às características que não dependem exclusivamente do empreendedor, mas afetam direta ou indiretamente a sua maneira de tomar decisões. De acordo com os entrevistados,

são fatores que contribuíram para o sucesso pelo fato de os mesmos terem sido tratados como oportunidades e não como obstáculos. São eles:

- **Conhecimento do Negócio:** a falta de conhecimento do negócio e suas respectivas intempéries foi um dos erros mais comuns cometidos pelos entrevistados. 20,8% deles afirmaram que o empreendimento começou a prosperar de verdade a partir do instante que decidiram profissionalizar e capacitar as equipes de trabalho para responder com mais facilidade às oscilações da economia. Aqueles que herdaram negócios de família e nunca se interessam pela gestão tiveram mais dificuldades para colocar "a casa em ordem" e foram obrigados a procurar recursos para não colocar tudo a perder em pouco tempo.
- **Estabilidade Econômica:** 16,7% dos entrevistados mencionaram que a estabilidade econômica foi um dos principais fatores no desenvolvimento do negócio. À época da instabilidade econômica, os resultados financeiros eram maquiados pelo sistema inflacionário e as ferramentas de gestão tinham pouca importância, mas a partir da estabilidade econômica, os empreendedores se viram obrigados a reduzir custos e buscar alternativas para o ganho na operação considerando que os ganhos decorrentes das operações do sistema financeiro ficaram extremamente limitados. A eficiência na operação foi estimulada pela competitividade, principalmente após a criação do Plano Real, em julho de 1994, o qual encerrou um período desconfortável da economia brasileira e privilegiou as empresas que adotavam uma postura empresarial adequada à sua filosofia de vida e à realidade do mercado brasileiro.
- **Planejamento:** nesse quesito o resultado da pesquisa foi desastroso pelo fato de a totalidade dos entrevistados ter admitido que no início nunca fez qualquer tipo de planejamento. Os entrevistados foram unânimes em afirmar que o planejamento surgiu pelo temor da concorrência ou depois

do primeiro fracasso. Atualmente, somente 54,2% dos entrevistados realizam planos de ação estruturados para o ano subsequente, com metas e objetivos claramente definidos. O restante não se preocupa muito com isso embora tenham alegado que sempre trabalham para que as vendas do ano seguinte sejam superiores às vendas do ano anterior.

- **Força da Marca/Qualidade dos Produtos:** 25,0% dos entrevistados possuem negócios relacionados a grandes marcas existentes no mercado e atribuíram parte do sucesso à importância de se comercializar produtos de qualidade por força de uma marca tradicional e conhecida no mercado. Segundo eles, a força da marca foi o fator a ser considerado no início do empreendimento, pois, em função da expertise existente, a probabilidade de fracasso seria menor.
- **Pioneirismo:** o pioneirismo foi mencionado por 8,3% dos entrevistados e corresponde a um percentual relativamente pequeno, porém, o fato de as empresas se tornarem referência no seu segmento de atuação acentua a importância desse fator com uma das probabilidades de sucesso.

Outros fatores foram citados, como a profissionalização, porém estão mais relacionados às características pessoais do empreendedor e não foram considerados. Fatores de ordem impessoal, tais como crescimento econômico, desenvolvimento local, aumento populacional, concorrência, condições socioeconômicas do Município e do Estado e políticas públicas nem sequer foram mencionados. O elevado grau de confiança conquistado pelos entrevistados em seu segmento de atuação coloca-os numa relativa posição de conforto e proporciona condições ainda melhores para o fortalecimento do negócio.

Além dos fatores condicionantes de sucesso, a pesquisa também permitiu identificar as principais razões e critérios adotados pelos empreendedores locais para a criação de novos negócios, relacionados na tabela a seguir, por ordem de importância.

TABELA 26 - RAZÕES/CRITÉRIO PARA EMPREENDER

RAZÕES/CRITÉRIOS	PESO (%)
Sentido de Realização Pessoal	62,50
Autonomia/Independência Financeira	25,00
Sobrevivência	8,33
Falta de opção	4,17

FONTE: Dados elaborados pelo autor com base nos resultados da pesquisa

Note que o sentido de realização pessoal, a autonomia e a independência financeira totalizaram 87,5% das respostas, portanto, constituem a base para a tomada de decisões quanto à abertura de negócios por conta própria. Contrário às expectativas levantadas no início da pesquisa, falta de opção e sobrevivência foram os fatores de pouca ou nenhuma importância por parte dos entrevistados, o que é completamente lógico, porém não deixa de ser surpreendente.

De modo geral, esses fatores estão associados a uma história de vida, decorrentes de modelos mentais previamente estruturados desde a infância. Como afirma Kofman (2004, p.109), operam permanentemente de modo subconsciente, na nossa vida pessoal, no âmbito profissional e em nossas organizações sociais, ajudando-nos a dar sentido à realidade e nela operar com efetividade. Os modelos mentais condicionam todas as nossas interpretações e ações. Eles definem como percebemos, sentimos, pensamos e interagimos no ambiente onde vivemos.

De acordo com a pesquisa, o sucesso nos negócios está condicionado a uma conjugação de fatores (características) de ordem pessoal e impessoal por parte do empreendedor, porém as razões para se lançar na busca de uma nova modalidade de sobrevivência e de prosperidade dizem respeito a cada indivíduo em particular, decorrentes de fatores pessoais, econômicos, sociais e culturais.

Com relação à contribuição das empresas para o desenvolvimento local, as respostas foram mais objetivas, porém, por afinidade entre as respostas, foi possível classificar as respostas de acordo com a seguinte ordem (tabela 27).

TABELA 27 - CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL, SEGUNDO DOS ENTREVISTADOS.

CONTRIBUIÇÃO MENCIONADA	PESO (%)
Geração de Renda e Emprego	41,7
Formação de Redes de Negócios	25,0
Geração de Conhecimento	20,8
Geração de Qualidade de vida	12,5

FONTE: Dados elaborados pelo autor com base nos resultados da pesquisa

Todos os itens mencionados são relevantes, porém cabe ressaltar a importância do segundo item mais lembrado. 25% dos entrevistados admitem que a formação de redes de negócios é de suma importância para o desenvolvimento local. A formação de redes proporciona o estímulo de todas as demais contribuições pelo seu efeito multiplicador em torno de um único empreendimento.

Para ser mais específico, uma das empresas emprega em torno de 450 funcionários com salário médio mensal de R\$ 883,00 e possui uma carteira aproximada de 15 mil clientes e 220 fornecedores que visitam as unidades regularmente para compra e venda de bens de consumo durável, fator que propicia uma movimentação econômico-financeira de grandeza considerável.

A geração de renda e emprego, mencionada por 41,7% dos entrevistados é consequência direta do estímulo às iniciativas empreendedoras, portanto, a existência de políticas de investimentos em infra-estrutura (energia, logística, saneamento básico) e educação são condições determinantes para o desenvolvimento local sustentável na Região Metropolitana de Curitiba.

Para Silva (2006, p.17), apesar de o processo ter como base a interação social, parte de objetivos individuais que se consolidam no coletivo, mas se alteram particularmente, conforme os anseios de cada pessoa. Nesse sentido, o desenvolvimento sustentável ocorrerá se, como o passar do tempo, essas dimensões avançarem, atendendo às restrições existentes, de forma harmoniosa e se adequando aos objetivos individuais, que se consolidam coletivamente.

Quando Hisrich afirma que os empreendedores assumem riscos de toda ordem e recebem as recompensas da satisfação econômica e pessoal, dados obtidos na pesquisa indicam que a satisfação pessoal, movida pelo sentido de realização, está acima da satisfação econômica embora essa última seja consequência de um processo decorrente de uma consciência empreendedora extremamente arraigada.

As habilidades dos empreendedores para inovar e responder rapidamente às oscilações da economia global e superar desafios imediatos no ambiente local são conquistas individuais que transcendem a lógica dos negócios. Nesse particular, todos os entrevistados apresentam características empreendedoras semelhantes em razão da sua formação preliminar na "escola da vida" e em razão das adversidades superadas pelo "espírito empreendedor" sugerido por Drucker.

## 4 CONCLUSÃO

### 4.1 EM FUNÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

O fato de a probabilidade de fracasso das empresas em estágio inicial superar a probabilidade de sucesso praticamente não interfere ou interfere muito pouco na tomada de decisões para abertura de negócios por conta própria. Uma vez que o candidato a empreendedor experimenta a pseudo-sensação de autonomia e de liberdade e vislumbra a mínima tendência de prosperidade no empreendimento, o recuo torna-se impraticável. Descartada essa hipótese, o único caminho é concentrar esforços e energia necessária para viabilizar o negócio, independentemente dos obstáculos.

### 4.2 EM FUNÇÃO DAS HIPÓTESES A SEREM COMPROVADAS, REFUTADAS OU REFORMULADAS

Com relação à **Hipótese 1**, nenhum dos entrevistados mencionou como obstáculo a falta de oportunidade no mercado formal de trabalho. Ao contrário, 41,7% deles abandonaram a opção de trabalho formal para se "aventurar" no mundo dos negócios por conta própria. Considerando que 39,3% deles nunca trabalharam na condição de empregado, a pesquisa se mostrou insuficiente para a comprovação.

Com relação à **Hipótese 2**, apesar de a falta de planejamento mínimo estar diretamente relacionada ao fracasso, a maioria dos empreendedores ainda tem dificuldades na implantação dessa ferramenta efetiva de gestão e procurar adotar soluções "caseiras" para manter o empreendimento em atividade. Apesar do elevado número de empresas que encerram as atividades em menos de 5 anos, o planejamento ainda não faz parte da cultura empreendedora local.

Com relação à **Hipótese 3**, a mesma foi comprovada considerando o elevado grau de satisfação dos empreendedores ao discorrerem sobre sua trajetória profissional e enaltecerem minuciosamente a forma como conseguiram derrubar todos os obstáculos encontrados no caminho. Persistência, vontade de prosperar, foco, determinação e ousadia são palavras que integram o vocabulário dos empreendedores e, portanto, constroem a base do desenvolvimento empresarial na RMC.

#### 4.3 EM FUNÇÃO DOS OBJETIVOS PROPOSTOS NO ESTUDO

Os conceitos de empreendedorismo e desenvolvimento local ainda não são muito claros para a maioria dos entrevistados. Existe uma confusão generalizada dos termos "empreendedor" e "administrador". Apesar de todos afirmarem que suas empresas contribuem para o desenvolvimento local, somente 20,8% deles conseguiu expressar corretamente as contribuições sem a necessidade de interferência por parte do entrevistador.

Dentre as principais contribuições mencionadas para o desenvolvimento local, segundo os empreendedores, destacam-se: a geração de renda e emprego (41,7%); a formação de redes de negócios (25,0%); geração de conhecimento (20,8%); geração de qualidade de vida (12,5%).

Cultura empreendedora, sucesso nos negócios e desenvolvimento local estão diretamente relacionados. Quanto maior a cultura empreendedora, decorrente de uma mentalidade empreendedora, maior a probabilidade de sucesso por parte dos empreendedores. A formação de uma consciência empreendedora demanda tempo e amadurecimento por parte dos empreendedores, da sociedade e dos governantes.

Sob um enfoque inverso ao disposto no Relatório do SEBRAE (2004), a pesquisa identificou os principais fatores que estimularam a criação de negócios e os fatores condicionantes de sucesso das PME na RMC, assim classificados:

- **Fatores de Ordem Pessoal:** dizem respeito às características e aos valores associados à pessoa do empreendedor, fundamentais para quem deseja manter atividades por conta própria, tais como: foco, visão, determinação, capacitação, capacidade para assumir riscos, liderança, confiança e comprometimento.
- **Fatores de Ordem Impessoal:** conhecimento do negócio, estabilidade econômica, planejamento, força da marca e pioneirismo. Fatores como crescimento econômico, desenvolvimento local, aumento populacional, concorrência etc. não foram levados em consideração.

A pesquisa também permitiu identificar os critérios adotados pelos empreendedores locais para a criação de novos negócios, de acordo com a seguinte ordem de importância: sentido de realização pessoal (62,5%); autonomia e independência financeira (25,0%); sobrevivência (8,33%) e falta de opção (4,17%).

Em função da relevância (87,5% das respostas), conclui-se que o sentido de realização pessoal, a autonomia e a independência financeira constituem a base para a tomada de decisões quanto à abertura de negócios por conta própria. Contrário às expectativas levantadas no início da pesquisa, falta de opção e sobrevivência tiveram pouca importância na trajetória empresarial dos entrevistados.

#### 4.4 EM FUNÇÃO DOS DADOS APOIADOS PELO REFERENCIAL TEÓRICO

O pensamento e as contribuições de Cantillon, Schumpeter, J. B. Say, Drucker e Hisrich, entre outros, indicam que o empreendedorismo é um fenômeno relativamente simples, mas capaz de revolucionar a economia de qualquer país, pelo fato de os empreendedores gozarem de características próprias e singulares para criar algo diferente e com valor para a sociedade. Cada empreendedor tem um jeito próprio, único e singular de administrar o empreendimento, mas os princípios da administração são equivalentes em qualquer país, pois a essência não muda.

Invariavelmente, todos os entrevistados foram capazes de inovar, independentemente do tipo de negócio, mas o estilo pessoal de administrar foi mantido, o que comprova a máxima de Morgan: "as organizações são em essência realidades socialmente construídas que estão muito mais nas cabeças e mentes de seus membros do que em conjuntos concretos de regras e relacionamentos".

As características empreendedoras que condicionam o pensamento para a criação da consciência empreendedora são muito particulares e não variam muito de país para país, pois a essência do ser humano não muda, porém as políticas públicas que propiciam o fortalecimento da atividade empreendedora são determinantes e fundamentais para a criação de um ambiente favorável. Entender o ambiente interno e capacitá-lo para enfrentar as oscilações do externo é grande desafio dos governantes.

#### 4.5 EM FUNÇÃO DOS DADOS E LEVANTAMENTOS ESTUDADOS E ANALISADOS

O estudo analisou as diferentes interpretações do conceito e do fenômeno do empreendedorismo disponíveis na literatura. As semelhanças verificadas nas respostas dos entrevistados pressupõem uma linha de pensamento muito próxima quanto à forma de concepção dos negócios por conta própria, independentemente da formação educacional de cada um.

A interpretação dos conceitos, o modo de agir e a maneira de tomar decisões diferem de acordo com suas características pessoais, portanto, considerando-se os objetivos da pesquisa e as recomendações previstas no referencial teórico, pode-se concluir que:

- a) Dentro da amostra selecionada, a necessidade não representa, necessariamente, um fator motivador para criação de negócios por conta própria;

- b) A prosperidade nos negócios depende muito mais de fatores de ordem pessoal do que de ordem impessoal (ambiente);
- c) Os pequenos e médios empreendedores estabelecidos (acima de 42 meses, segundo o GEM) não se preocupam com a falta de incentivo e de políticas públicas orientadas para o desenvolvimento local;
- d) A concorrência deve ser acompanhada à distância e não representa a maior preocupação dos empreendedores;
- e) Embora a falta de capital de giro tenha sido o principal obstáculo ao sucesso no início do empreendimento, sua interferência foi quase nula no desenvolvimento do negócio;
- f) Empreendedores determinados superam os obstáculos e focalizam as oportunidades; a partir do instante em que o empreendedor se compromete a obter êxito nos resultados do negócio e se especializa em sua área de atuação, as idéias conspiram a seu favor;
- g) Empreendedores que fracassaram pelo menos uma vez, recomeçaram seus negócios com mais cautela, porém não perderam a característica da ousadia; fracassos anteriores servem de âncora para o fortalecimento dos negócios posteriores;
- h) A vocação e o sentido de realização são fatores determinantes para o sucesso do empreendimento.

Em razão da escassez de conceitos relativos ao empreendedorismo por necessidade, exceto aquele mencionado no início do Relatório do GEM (2004) e transcrito no referencial teórico, propõe-se a seguinte definição:

- **Empreendedorismo por Necessidade:** está relacionado a qualquer atividade profissional iniciada por indivíduos comuns, cuja única alternativa digna de sobrevivência em determinado momento de sua existência é a aventura por conta própria e risco.

Apesar de a pesquisa ter constatado um número elevado de conceitos relacionados ao termo empreendedor, fica registrado no presente estudo um conceito fundamentado com base no referencial teórico utilizado e na coleta de dados obtidos junto aos empreendedores da RMC:

- **Empreendedor** é o indivíduo criativo capaz de transformar um simples obstáculo em oportunidade de negócio.

#### 4.6 PROPOSIÇÕES PARA PESQUISA E NOVOS TRABALHOS FUTUROS

A sociedade do conhecimento é uma sociedade em constante renovação. É como uma obra em constante efervescência, inovação e renovação Caron (2003, p.362). A partir desta observação, o presente estudo oferece uma contribuição para reforçar ainda mais a importância das pequenas e médias empresas na questão do desenvolvimento local e regional.

Considerando a importância das PME na geração de renda e emprego bem como sua relevância no processo de desenvolvimento local e regional, propõe-se o desenvolvimento de novos estudos e projetos, a saber:

- a) Aprofundar de estudos que vislumbrem o fortalecimento da consciência empreendedora local, independentemente de políticas públicas ou de incentivos governamentais;
- b) Aprofundar estudos que se preocupem com o estímulo à formação do "empreendedor mirim" no início no ensino fundamental para que o mesmo adquira a formação necessária para incorporar a base do processo empreendedor;
- c) Aprofundar estudos que estimulem a formação de redes, associações e cooperativas para a disseminação do conhecimento prático dos negócios em bairros e pequenas comunidades na periferia das RM de cada Estado;

- d) Desenvolver estudos para estimular a criação de políticas públicas ou privadas para concessão de financiamentos com juros subsidiados com intuito de promover a criação de novos negócios;

Nenhum Estado é forte sem a força de seus empreendedores. Nenhum empreendedor é forte sem a força da sua mente, portanto, empreender é uma atitude louvável em todas as suas formas e pressupõe, acima de tudo, determinação.

## REFERÊNCIAS

- ANPROTEC - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas. Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br>>. Acesso em: set. 2006.
- BERNARDI, Luiz A. **Manual de empreendedorismo e gestão**. São Paulo: Atlas, 2006.
- BERTON, Luiz Hamilton. **Indicadores de desempenho e práticas na boa governança corporativa**. Florianópolis, 2003, 215p. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção), Universidade Federal de Santa Catarina.
- BHIDÉ, Amar. Origem e evolução do empreendedor. **Revista HSM Management**, São Paulo: n. 25, mar./abr. 2001.
- BLISS, Henry E. **The organization of knowledge and the system of the sciences**. New York: Henry Hight, 1929, p.15.
- BNDES BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO E SOCIAL. **Cartilha de financiamento às Micro, Pequenas e Médias Empresas**. Brasília: Setembro, 2005.
- BUARQUE, Sérgio C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável**: material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal. Brasília: Incra, 1999. 104p.
- BUARQUE, Sérgio C; BEZERRA, Lucila. **Projeto de desenvolvimento municipal sustentável**: bases referenciais. Projeto Áridas, dez. 1994.
- CALDEIRA, Jorge. **Mauá**: empresário do Império. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- CARNEIRO, David. **Pefil histórico da Associação Comercial do Paraná e Galeria dos Presidentes**. Curitiba: Edição do Autor, 1981.
- CARON, Antoninho. **Inovações tecnológicas nas pequenas e médias empresas industriais em tempos de globalização**: o caso Paraná. Florianópolis, 2003, 412p. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção), Universidade Federal de Santa Catarina.
- CARON, Antoninho. O desenvolvimento do nosso tempo. **ADECON – Revista da FAE**, Curitiba, n.8, p.13-32, 1.º Semestre 1996.
- CASAROTTO FILHO, Nelson. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local**: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana. São Paulo: Atlas, 1998.
- CLARK, John S. **O dinheiro ou sua vida**. Curitiba: Pensamento, 2001.
- COLONESE, S. A.; MELO, J.L.B. de. **A técnica de entrevista na pesquisa social**. In: Pesquisa social empírica: métodos e técnicas. Cadernos de Sociologia, Porto Alegre, PPGS/UFRGS, v.9, 1998.

COSTA, Odah Regina Guimarães. **Ação empresarial do Barão do Serro Azul**: subsídios para o estudo de industrialização do Paraná. Curitiba: Secretaria do Estado de Cultura e do Esporte, 1981.

CUNHA, Cristiano J. C. de Almeida et al. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. Florianópolis: IEA, 2003.

CURY, Antonio. **Organização e métodos**: uma visão holística. São Paulo: Atlas, 2000.

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor** – fundamentos da iniciativa empresarial. 8 ed. São Paulo: Makron Books, 1989.

DERTOUZOS, M. Four Pillars of Innovation. **MIT's Magazine of Innovation Technology Review**, Nov-Dec, 1999.

DIAS, Agemir de Carvalho. **A dinâmica recente do mercado formal de trabalho no Paraná**. In: *Análise Conjuntural*, v.28, n.07-08, p.16, jul./ago. 2006.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 9.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

FILION, Louis J. **Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares**. RAE Light – Informativo Eletrônico da RAE – Revista de Administração de Empresas, v.7, n. 3. Jul./Set. 2000, p.2-7.

FILION, Louis J. O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: **Empreendedorismo**: ciência, técnica e arte. Brasília: CNI – IEL Nacional, 2001, p.13-42.

FILION, Louis Jacques. **Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios**. RAE – Revista de Administração de Empresas, v.39, n.4, Out./Dez. 1999, p.6-20.

FRANCO, Augusto de. **Além da renda**. Brasília: Millenium – Instituto de Política, 2000.

GERBER, Michael E. **Empreender**: fazendo a diferença. Curitiba: Fundamento, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIMENEZ, Fernando A. P.et al. Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor. In: **Empreendedorismo**: competência essencial para pequenas e médias empresas. Brasília: ANPROTEC, 2001. 193 p.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - 2001**. Curitiba, 2001.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - 2002**. Curitiba, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - 2003**. Curitiba, 2003.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - 2004**. Curitiba, 2004.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - 2005**. Curitiba, 2005.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. 7.ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência emocional**. 6.ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

HARVARD BUSINESS SCHOOL. **Os melhores artigos da Harvard Business School**. Rio de Janeiro: Elsevier: 2006.

HILL, Napoleon. **A lei do triunfo**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1993.

HISRICH, Robert D.; PETER, Michael P. **Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman, 2004.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA e SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA. **Economia Informal Urbana - 2003**. Brasília, 2003.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Mensal de Emprego na Região Metropolitana de Curitiba**. Curitiba, jul., 2006.

IBPT - INSTITUTO BRASILEIRO DE PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO. **Carga Tributária no Primeiro Semestre de 2006**. Curitiba, 2006.

IPARDES. **Boletim de informações socioeconômicas**. Curitiba, 2006.

IPARDES. **Diagnóstico social e econômico**. Curitiba, 2003.

IPARDES. **Leituras regionais**: Mesorregião Metropolitana de Curitiba. Curitiba, 2004.

JANNUZI, Paulo de Martino. **Indicadores sociais no Brasil**. Campinas: Alínea, 2001.

KOFMAN, Fredy. **Metamanagement**: o sucesso além do sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10.ed. Sao Paulo: Prentice Hall, 2000.

LEPAWSKY, Albert. **Administration – the art and science of organization and management**. New York: Alfred A. Knopi, 1949, p.523.

MACEDO, M. de M.; VIEIRA, V. F.; MEINERS, W. E. M. de A. **Fases do desenvolvimento Regional no Brasil e no Paraná**: da emergência de um novo modelo de desenvolvimento na economia paranaense. Revista Paranaense de Desenvolvimento Econômico, n. 103, jul./dez. 2002, p.5-22.

MATTAR, Fauze Nagib. **Pesquisa de marketing**: metodologia e planejamento. v.1. São Paulo: Atlas, 1996.

MINAYO, M. C. S. **Desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo/Rio de Janeiro: HUCITEC/ABRASCO, 1992. 269p.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **Micro, pequenas e médias empresas – definições estatísticas internacionais**. Brasília: Publicação da Secretária do Desenvolvimento da Produção, 2002.

MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

MOUNIERE, Emmanuel. **O personalismo**. Lisboa: Moraes Editores, 1976.

NOJIMA, Daniel; MOURA, Rosa; SILVA, Sandra Terezinha da. **Dinâmica recente da economia e transformações na configuração espacial da Região Metropolitana de Curitiba**. Curitiba: IPARDES, 2004.

PASQUALI, L. **Análise fatorial para pesquisadores**. Petrópolis: Vozes, 2005.

PONCHIROLLI, Osmar. **Capital humano**: sua importância na gestão estratégica do conhecimento. Curitiba: Juruá, 2005.

PUGA, Fernando Pimentel. **Experiências de apoio às micro, pequenas e médias empresas nos Estados Unidos, na Itália e em Taiwan**. Rio de Janeiro: BNDES, 2000.

RAMOS, Fernando Henrique. **Empreendedores**: histórias de sucesso. São Paulo: Saraiva, 2005.

RIFKIN, Jeremy. **O fim dos empregos**. São Paulo: Makron Books, 2001.

RODDICK, Anita. **Meu jeito de fazer negócio**. São Paulo: Negócio, 2002.

RONSTADT, Robert C. **Entrepreneurship**. Dover, MA: Lord Publishing Co, 1984.

SCHIRATO, Maria Aparecida Rhein. **O feitiço das organizações**. São Paulo: Atlas, 2001.

SCHUMPETER, Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Fatores Condicionantes e Taxas de Mortalidade de Empresas no Brasil**. Brasília, 2004.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Boletim Estatístico de Micro e Pequenas Empresas**. Brasília, 2005a.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Economia Informal Urbana**. Brasília: Observatório Sebrae, 2005b.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Indicadores de Competitividade na Indústria – Micros e Pequenas Empresas**. Brasília, 2006.

SILVA, Christian Luiz da (Org). **Desenvolvimento sustentável**: um modelo analítico integrado e adaptativo. Petrópolis: Vozes, 2006.

SILVA, Christian Luiz da Silva; MENDES. Judas Tadeu Grassi (Org.). **Reflexões sobre o desenvolvimento sustentável**: agentes e interações sobre a ótica multidisciplinar. Petrópolis: Vozes, 2005.

SOUZA, Eda Castro Lucas de. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação Universidade-Empresa. In: **Empreendedorismo**: competência essencial para pequenas e médias empresas. Brasília: ANPROTEC, 2001. 193p.

TAVARES, Lílian Pérsia de Oliveira. **São José dos Pinhais no recente contexto da recente industrialização metropolitana**: reflexos sócio-espaciais. Revista Paranaense de Desenvolvimento Econômico, n. 108, jan./jun. 2005, p.33-59.

TIMMONS, J. A. **New venture creation**. 4.ed. Boston: Irwin McGraw-Hill, 1994.

TOMPAKOW. Roland; WEIL, Pierre. **Relações humanas na família e no trabalho**. 53.ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1992.

VARGAS, Túlio. **A última viagem do Barão do Serro Azul**. Curitiba: Instituto Assistencial de Autores do Paraná, 1973.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2003.

**APÊNDICE A - FORMULÁRIO GUIA PARA A ENTREVISTA  
SEMI-ESTRUTURADA (ROTEIRO BÁSICO)**

**UNIFAE - CENTRO UNIVERSITÁRIO FRANCISCANO DO PARANÁ**  
**MESTRADO EM ORGANIZAÇÕES E DESENVOLVIMENTO LOCAL**

**ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA (ROTEIRO BÁSICO)**

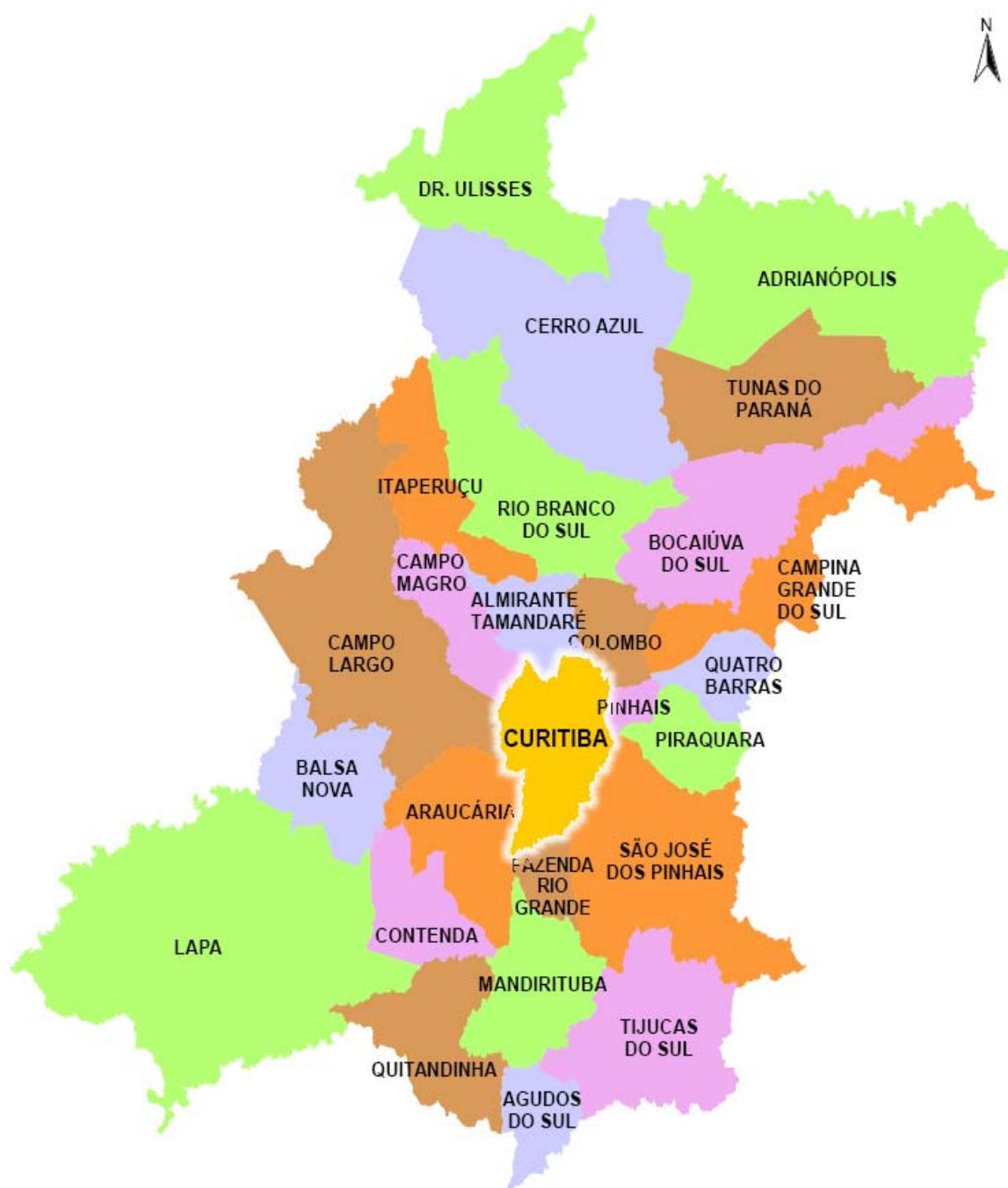
Empresa: \_\_\_\_\_

Entrevistado: \_\_\_\_\_

Segmento de Atuação: \_\_\_\_\_

- 1) Grau de instrução ao iniciar o empreendimento:
- 2) Ano/Tempo de constituição da empresa:
- 3) Faturamento Anual Estimado em R\$
- 4) Número de Empregados/Colaboradores:
- 5) Motivo que o levou à criação da empresa:
- 6) Origem do capital inicial investido na empresa:
- 7) Houve planejamento antes de investir no negócio? Planeja atualmente?
- 8) Principais obstáculos encontrados no caminho:
- 9) O que significa empreender?
- 10) Qual a razão para o aumento do número de empreendedores, apesar do alto índice de fechamento das empresas?
- 11) Já fracassou em algum empreendimento? Quantas vezes? Quais as razões?
- 12) Grau de satisfação alcançado pelos sócios:
- 13) Fatores de ordem pessoal que contribuíram para o sucesso:
- 14) Fatores de ordem pessoal que contribuíram para o sucesso:
- 15) Contribuição da empresa para o desenvolvimento local:
- 16) Voltaria a ser empregado por alguma razão?

**ANEXO 1 - MAPA DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA**



MAPA DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA

FONTE: IPPUC/COMEC - 2002

NOTA: Elaborado em setembro de 2002