

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO VALE DO SÃO FRANCISCO
COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL
SUPERIOR
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA – MINTER E DINTER**

**EMPREENDEDORES: SUCESSOS E INSUCESSOS DAS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS DO VALE DO SÃO FRANCISCO**

DERANOR GOMES DE OLIVEIRA

**PETROLINA
2010**

DERANOR GOMES DE OLIVEIRA

**EMPREENDEDORES: SUCESSOS E INSUCESSOS DAS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS DO VALE DO SÃO FRANCISCO**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia – Minter e Dinter vinculado à Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Psicologia.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rosana Suemi Tokumaru

**UFES
PETROLINA, NOVEMBRO DE 2010**

O48e Oliveira, Deranor Gomes de
Empreendedores: sucessos e insucessos das micro e pequenas
empresas/ Deranor Gomes de Oliveira. -- Petrolina, 2010.
165 f. : il. 29,7 cm

Dissertação (mestrado) -- Universidade Federal do Espírito Santo,
2010.
Orientadora: Rosana Suemi Tokumaru

Banca examinadora: Dr. Raimundo Bonfim dos Santos, Dr. Sávio
Silveira Queiroz

1. Empreendedorismo. 2. Atribuições de Causalidades. 3.
Sucesso. 4. Insucesso. I Título. II Universidade Federal do Espírito
Santo. III Tokumaru, Rosana Suemi

CDD: 658.421

DERANOR GOMES DE OLIVEIRA

**EMPREENDEDORES: SUCESSOS E INSUCESSOS DAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO VALE DO SÃO
FRANCISCO**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia – Minter e Dinter vinculado à Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Psicologia.

Aprovado em xx de novembro de 2010.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Rosana Suemi Tokumaru
Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

Prof. Dr. Sávio Silveira de Queiroz
Universidade Federal do Espírito Santo – UFES

Prof. Dr. Raimundo Bonfim dos Santos
Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC

DEDICATÓRIAS

A minha mãe, Dona Deijanira.

Por ter sonhado um dia em ter um filho educador.

Ao meu pai, Seu Antenor (*in memória*)

Por tudo o que sou e pelo que desejo ser.

A minha esposa Francisca.

Por ter sido parceira em mais um desafio de minha vida. Pela compreensão, pela paciência e pelo sacrifício de algumas vaidades e descansos.

Com todo o amor deste mundo.

Obrigado por tudo.

A minha filha Júlia.

Quantas tardes de domingo não fui ao *shopping* com você, nem na piscina do clube. E aquelas tarefas nas quais eu não tive tempo de ajudá-la.

Acho que faltei também a algumas reuniões na sua escola. Por tudo isso, dedico esta minha realização à sua compreensão. Obrigado por tudo, beijos.

AGRADECIMENTOS

À **Professora Rosana Suemi**, coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Psicologia MINTER/DINTER/CAPES e minha orientadora pelo compromisso assumido, pela dedicação e por sua determinação diante desse desafio. Não deve ter sido uma tarefa fácil orientar um trabalho que envolvia aspectos de uma área talvez pouco explorada na sua caminhada acadêmica, mas sua competência e, acima de tudo sua paixão pelo conhecimento fez com que os obstáculos encontrados na trajetória fossem superados.

Aos **Professores e às Professoras da Universidade Federal do Espírito Santo, (UFES)** pelos ensinamentos e trocas de saberes tão importantes para minha vida pessoal e profissional.

Ao Professor **Darlindo Ferreira**, pelas palavras de confiança e motivação, pelo incentivo e pelas dicas tão importantes, valorosas e fundamentais para a conclusão de meu trabalho. Se não bastasse essa contribuição, não poderia deixar de mencionar seu empenho para que eu pudesse participar também do grupo. Por outros colegas do que fez para que outros colegas também pudessem se qualificar. Vivenciamos alguns momentos de angústias e dificuldades na condução do projeto coletivo, assim como, vivenciamos também momentos de alegrias e de conquistas durante o período em que estudamos juntos.

À **Professora Renata**, minha colega de colegiado, que tanto admiro; por sua competência e por seu entusiasmo pelo curso de Administração. Foi peça fundamental, também, nesta minha jornada e, com muita boa vontade e despojada de quaisquer sentimentos menores ou vaidades pessoais, disponibilizou suas experiências nos meus momentos de dúvidas. Sua colaboração foi genial: os debates, os encontros nos corredores, todos os dois a mil nas suas atividades rotineiras, mas cada diálogo que tínhamos era muito importante para mim. Era sempre um passo à frente, o que me dava bastante tranquilidade e confiança porque sabia que poderia contar com você. Muito obrigado e que Deus a abençoe.

Ao meu “Anjo Tecnológico”, **Naiane Ribeiro**, graduanda em Administração pela Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF). Sua participação, para a conclusão de minha dissertação, foi fundamental; suas habilidades computacionais impuseram um ritmo sistematizado ao processo. Seu senso de organização, seu comprometimento e sua vontade de aprender coisas novas impuseram valores ao meu trabalho. Sou muito grato pela sua contribuição. Que Deus a abençoe.

A todo (a)s meus e minhas colegas de MINTER/DINTER, pelos momentos ricos e felizes da nossa convivência. Muito obrigado. A todos vocês, um carinhoso abraço.

À equipe da PROIN, muitas vezes me ausentei e fui gentilmente substituído pela equipe: Agradecimento especial a Neyze Suzana, Edilene, Isabel Angelim e Marcelo Mousinho. Aos professores César Augusto e Márcia Medeiros.

Agradeço também a dedicação e o entusiasmo de Miriane Fiuza (UNIVASF), por tudo o que fez, muito obrigado.

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi descrever as atribuições de causalidade ao sucesso e ao insucesso dos empreendedores proprietários de micro e pequenas empresas instaladas no Vale do São Francisco, especificamente na cidade de Juazeiro (BA), utilizando relatos da trajetória de vida pessoal e empresarial de dez empreendedores. Para isso, foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório por intermédio de entrevistas em profundidade. O tratamento dos dados foi feito utilizando-se a técnica de análise do conteúdo apoiada pelo *software ATLAS/ti*. Os estudos teóricos e empíricos sobre as características psicológicas e as competências do empreendedor presentes na literatura acadêmica e os resultados obtidos na pesquisa propiciaram a identificação de dimensões relacionadas às atribuições de causalidades nas situações de realização dos empreendedores. Os resultados obtidos destacam a importância dos aspectos relacionados às influências socioambientais, às dificuldades da tarefa e às facilidades encontradas no ambiente externo e às características pessoais dos empreendedores. Os resultados levaram às seguintes considerações finais: Os resultados obtidos parecem concordar com que um ambiente externo propício ao desenvolvimento do empreendedorismo, por si só, ao que parece, não garante sucesso no empreendimento. Para que venha a se efetivar o sucesso, é preciso associar ao cenário, os aspectos relacionados às características pessoais e os aspectos cognitivos. Os empreendedores de sucesso valorizaram as causas internas, enquanto que os empreendedores de insucesso atribuíram a fracasso às dificuldades encontradas no ambiente externo.

Palavras chaves: sucesso, insucesso, atribuições de causalidades, empreendedorismo.

ABSTRACT

This dissertation describes the attributions of causality for the success or the failure of ten entrepreneurs, owners of micro and small enterprises in the Sao Francisco Valley – more specifically in Juazeiro (BA), by using narratives of their life and business story. In order to do this, an exploratory research was conducted through in-depth interviews. The data processing used the technique of content analysis supported by software ATLAS/ti. Theoretical and empiric studies on an entrepreneur's competencies and psychological traits found in the scholarly literature and the results from the research helped identify the dimensions related to the attributions of causality in situations of achievement of entrepreneurs. The results show that the importance of socio-environmental aspects, the difficulty of the task (and the facilitators found in the external environment), as well as the entrepreneurs' personal characteristics cannot be underestimated, because of its relevance. The results lead to the following final considerations: an external environment prone to the development of the entrepreneurship does not guarantee alone the success of the business. So success is achieved, when aspects related to the entrepreneur's personal characteristics and cognitive aspects are present, associated to a favourable scene. Successful entrepreneurs valued internal causes, whereas unsuccessful entrepreneurs blamed difficulties found in the external environment for their failure.

Key-words: success, failure, attributions of causality, and entrepreneurship.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Relação existente entre o empreendedor, seu comportamento e o meio envolvente para obtenção de resultados.	35
Figura 2: Etapas do processo visionário.	40
Figura 3: Número de participantes (grupo geral) atuando em cada setor de atividade.	94
Figura 4: Número de participantes do grupo Es atuando em cada setor de atividade.	94
Figura 5: Número de participantes do grupo Ei atuando em cada setor de atividade.	95
Figura 6: Estado civil dos participantes no grupo Gg.	95
Figura 7: Estado civil dos participantes do grupo Es.	96
Figura 8: Estado civil dos participantes do grupo Ei.	96
Figura 9: Sexo dos participantes no grupo Gg.	97
Figura 10: Sexo dos participantes no grupo Gg.	97
Figura 11: Sexo dos participantes no grupo Ei.	98
Figura 12: Naturalidade dos participantes no grupo Gg.	98
Figura 13: Naturalidade dos participantes no grupo Es.	99
Figura 14: Naturalidade dos participantes no grupo Ei.	99
Figura 15: Faixa etária dos participantes no grupo Gg.	100
Figura 16: Faixa etária dos participantes no grupo Es.	101
Figura 17: Faixa etária dos participantes no grupo Ei.	101

Figura 18: Grau de instrução dos participantes no grupo Gg.....	102
Figura 19: Grau de instrução dos participantes no grupo Es.	103
Figura 20: Grau de instrução dos participantes no grupo Ei.	103
Figura 21: Início das atividades formais das empresas dos participantes do grupo Gg.....	104
Figura 22: Início das atividades formais das empresas dos participantes do grupo Es.	104
Figura 23: Início das atividades das empresas dos participantes do grupo Ei. ..	105
Figura 24: Gráfico do Atlas/ti: As relações da categoria “influências” com suas propriedades.	112
Figura 25: Gráfico do Atlas/ti: As relações da categoria “conhecimento” com suas propriedades e como elas se manifestaram nas falas dos empreendedores.	115
Figura 26: Gráfico do Atlas/ti: As relações da categoria “dificuldades encontradas” com suas propriedades e como elas se manifestaram nas falas dos empreendedores.	120
Figura 27: Gráfico do Atlas/ti: As relações da categoria “Capacidade” com suas propriedades e como elas se manifestaram nas falas dos empreendedores.	124

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Histórico do ensino de empreendedorismo no Brasil.	44
Tabela 2: Fatores condicionantes do sucesso empresarial.....	62
Tabela 3: Classificação das empresas segundo seu porte.	83
Tabela 4: Categorias emergentes nas entrevistas com empresários de sucesso e insucesso e frequência de ocorrência na amostra geral e em cada subconjunto da amostra.....	108
Tabela 5: Características e frequência das ocorrências das propriedades relacionadas à categoria “influências” nas entrevistas com os empreendedores de sucesso e insucesso	110
Tabela 6: Características e frequência das ocorrências das propriedades relacionadas à categoria “conhecimento” nas entrevistas com os empreendedores de sucesso e insucesso.	114
Tabela 7: Características e frequência das ocorrências das propriedades relacionadas à categoria “dificuldades encontradas” nas entrevistas com os empreendedores de sucesso e insucesso.....	119
Tabela 8: Características e frequência das ocorrências das propriedades relacionadas à categoria “capacidade” nas entrevistas considerando todos os empreendedores (Gg), apenas os empreendedores de sucesso (Es) e apenas os empreendedores de insucesso (Ei).	123

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 Contexto	15
CAPÍTULO I.....	23
2. REVISÃO DA LITERATURA	23
2.1 O histórico do empreendedorismo.....	23
2.1.1 Considerações iniciais	23
2.1.2 Breve comentário da evolução conceitual dos termos empreendedorismo e empreendedor.	24
2.2 O processo empreendedor	38
2.3 O ensino do empreendedorismo.....	41
2.4 Teorias sobre o empreendedorismo.....	47
2.4.1 Características psicológicas.....	47
2.4.2 Competências empreendedoras	52
2.4.2.1 Conhecimento	54
2.4.2.2 Aptidão	56
2.4.2.3 Habilidades.....	59
2.5 Causas do sucesso e insucesso dos empreendimentos.....	60
2.6 A Teoria da atribuição de causalidade.	64
2.7 A teoria motivacional e realização de Weiner	69
2.7.1 Os vieses atribucionais	73
2.7.2 Questão de pesquisa	78

CAPÍTULO II.....	80
3. MÉTODOS	80
3.1 Participantes.....	82
3.1.1 Critérios de inclusão e exclusão	82
3.2 Procedimentos (coleta) / instrumento(s) para a coleta	87
3.3 Processamento e análise de dados.....	90
CAPÍTULO III.....	93
4. RESULTADOS.....	93
4.1 Apresentação e características sociodemográficas dos participantes	93
4.2 Categorias obtidas: características e frequências por grupos de empreendedores.	106
5. DISCUSSÃO	135
5.1 Causalidade interna	136
5.1.1 Conhecimento	136
5.1.2 Capacidades	139
5.1.3 Persistência.....	141
5.2 Causalidade externa.	142
5.2.1 O papel da família no processo empreendedor.....	144
5.2.2 Empreendedores e amigos	146
5.2.3 Dificuldades na tarefa ou facilidades encontradas no ambiente	148
CONSIDERAÇÕES FINAIS	150
REFERÊNCIAS.....	152
APÊNDICE A – Questionário: 1º Bloco	160
APÊNDICE B – Questionário: 2º Bloco.....	161

ANEXO A – Empresas registradas na JUCEB em Juazeiro (BA)	163
ANEXO B – Termo de consentimento livre e esclarecido.....	164

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contexto

O município de Juazeiro está situado no norte do Estado da Bahia, numa região conhecida como Vale do São Francisco (VSF), no Semiárido nordestino a 490 km de Salvador (BA), divisa com Petrolina no Estado de Pernambuco à margem direita do Rio São Francisco. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), o município tem uma população estimada em 2009 de 243.896 habitantes e ocupa 6.390 km². Juazeiro possui Produto Interno Bruto (PIB) a preços correntes de R\$ 1.467.736,00 e renda per capita anual de R\$ 6.367,00.

O investimento no conhecimento técnico-científico e a vitivinicultura têm atraído investidores e compradores, consultores, pesquisadores, professores, além de realizações de feiras, seminários e congressos nacionais e internacionais, estimulando e provocando o desenvolvimento econômico e social da região. Empresas de prestação de serviços, assim como indústrias e, não menos importantes as instituições de ensino e pesquisa, se instalaram no VSF. Entre elas, destaca-se a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) e a Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF), criada em 27 de junho de 2002.

A partir da década de 1970, com a implantação dos Perímetros de Irrigação pela Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (CODEVASF) por meio de políticas governamentais de incentivo ao desenvolvimento do semiárido nordestino nos municípios de Juazeiro no Estado da Bahia e Petrolina no Estado de Pernambuco, a cidade atraiu e continua atraindo pessoas de várias regiões do Brasil e do mundo para investirem na economia local (CODEVASF, 2006).

O município ocupa também a sétima posição em número de empresas atuantes de um total de 417 municípios do Estado da Bahia (IBGE, 2008). Muito provavelmente, esses posicionamentos ocupados pelo município tenham sido impulsionados pelos investimentos públicos, principalmente com recursos do governo federal e recursos da iniciativa privada (CODEVASF, 2006).

De acordo com Sanábio (2001), até os anos de 1970, o Estado e as grandes empresas eram os principais responsáveis pela geração de renda e do emprego, época em que não se configurava um cenário adequado para o surgimento de pequenos negócios já que o processo produtivo era dominado pelas grandes organizações. O Estado desenvolvia seu papel fiscalizador e gerador das riquezas, concentrando recursos e investimentos em áreas consideradas por ele como prioridades sem nenhum tipo de política de incentivo ao desenvolvimento do empreendedorismo de negócio (SANÁBIO, 2001).

A velocidade das transações, as estratégias, o suporte tecnológico foram elementos decisivos para a sobrevivência das grandes organizações. Nesse momento, o mundo exigia novos padrões produtivos. De acordo com Sanábio (2001), as empresas adotaram vários modelos e processos de reinvenção da nova empresa.

Já nos anos de 1980, com os efeitos da globalização, as grandes empresas brasileiras, até então detentoras dos meios de produção, tiveram que se adequar às exigências do novo cenário mundial (SEBRAE, 2003). A competitividade passou a ser a grande discussão nas rodadas empresariais, na mídia e nos meios acadêmicos. Nessa nova realidade da conjuntura mundial, muitas empresas não resistiram e tiveram que encerrar suas atividades ou fundirem-se com outras organizações (SEBRAE, 2003).

Nos anos 90, do século XX, com a proliferação das ideias liberais, o Estado foi diminuindo sua participação na geração de renda e emprego e transferindo para o mercado. Para Passos (2008), o alto nível de endividamento das nações impôs também cortes nos orçamentos públicos. Esses fatos contribuíram para aumentar o nível de desemprego e a redução das ofertas de trabalho. Foi nesse cenário que proliferou o surgimento de micro e pequenas empresas no Brasil, e a busca do autoemprego principalmente, por aqueles que não conseguiam uma recolocação no mercado (PASSOS, 2008).

As lacunas de mercado deixadas pelas grandes empresas são ocupadas atualmente pelas Micro e Pequenas Empresas (MPEs). A participação das MPEs na economia já é considerada como uma das principais fontes geradoras de emprego e renda do país (SEBRAE, 2003; PASSOS, 2008).

No Brasil, foram criados alguns programas governamentais, como o Programa Federal Brasil Empreendedor, criado em 1999 em âmbito nacional, com vistas à sustentabilidade dos micro, pequenos e médios empreendimentos brasileiros e à diminuição das altas taxas de mortalidade desse segmento empresarial e o Programa da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG) idealizado por líderes empresariais e acadêmicos do Estado de Minas Gerais em 1999, com o objetivo de crescimento e desenvolvimento traduzido em metas, incluindo, principalmente as micro e pequenas empresas. Segundo Dolabela (1999a), esses programas tinham como objetivo não somente incentivar, mas também apoiar financeiramente novas micro e pequenas empresas em todo o território brasileiro.

As universidades e faculdades também mostraram interesse pelo fenômeno do empreendedorismo e passaram a inserir a temática nos currículos de seus cursos de graduação e pós-graduação, despertando interesse, principalmente, pelos administradores, economistas e psicólogos. O ensino do empreendedorismo ainda é incipiente no Brasil e está numa fase embrionária.

Dolabela (1999a) desenvolveu metodologias e programas para o ensino de empreendedorismo nos cursos de nível médio e superior. Desenvolveu o Programa Rede Universitária de Ensino do Empreendedorismo (REUNE) em 1987 no Estado de Minas Gerais. O programa atua nas universidades e tem por objetivo a disseminação do ensino do empreendedorismo nas instituições de ensino do Estado mineiro, além da consolidação da pesquisa e do estabelecimento de uma rede social para o ensino do empreendedorismo (PROJETO E, 1998).

O crescente interesse pelo empreendedorismo mundial foi também motivado pelo fato de as MPEs terem relevância para a sociedade, contribuindo diretamente para o crescimento econômico, a ocupação e a geração de renda de uma nação (TIMMONS, 1999). Mesmo com todo esse interesse despertado por vários atores e setores da sociedade mundial, como o avanço do ensino do empreendedorismo nas universidades, nas escolas de educação básica e nas agências de fomento, ainda não foi possível reunir conclusões consensuais sobre o termo empreendedorismo e do indivíduo empreendedor (DORNELAS, 2008).

Os autores com formação econômica definem o termo empreendedorismo, relacionando-o à geração de negócios bem sucedidos, inovadores, criativos e lucrativos. O empreendedor é visto como agente do desenvolvimento econômico. Esse pensamento foi defendido por muitos autores como: Schumpeter (1968); Say (1986); Drucker (1987); Timmons (1999) e Dornelas (2008).

Apesar da forte referência nessa abordagem, estudos mais recentes acerca do empreendedorismo têm foco no contexto social, como a influência das relações sociais próximas ao empreendedor (como amigos e família), e ambiental (como as normas nacionais), ou o contexto geral de convivência cotidiana do empreendedor (COSTA, 2008).

Segundo Costa (2008), tanto a abordagem economicista como a comportamental focam no indivíduo empreendedor, podendo ser entendidas pelo sentido da complementaridade, pois cabe ao empreendedor, por meio do condicionamento ou desenvolvimento de características específicas (base comportamental), buscar a identificação de oportunidades de mercado e propor soluções inovadoras para aproveitar tais oportunidades (base economicista).

Por outro lado, muitos psicólogos-pesquisadores das áreas humanas e sociais voltaram suas pesquisas para o indivíduo empreendedor (SANÁBIO, 2001). Os aspectos atitudinais e comportamentais foram os que mais despertaram interesse da psicologia social (SANÁBIO, 2001). As teorias atribucionais, por exemplo, contribuíram para a análise do comportamento empreendedor por meio dos postulados de Heider e com a teoria da motivação e realização de Weiner (SANÁBIO, 2001).

A Psicologia do empreendedorismo direciona os muitos pontos de intersecção entre a tradicional psicologia industrial/organizacional (I/O) e o empreendedorismo (BAUM et al, 2007). Para esses autores, a psicologia industrial/organizacional

(I/O) tem muito a oferecer para o dinâmico mundo da pesquisa do empreendedorismo, considerando que as organizações são o objeto de estudo da psicologia organizacional, e empreendimentos só acontecem por meio de indivíduos empreendedores. Sendo assim, para que os pesquisadores compreendam o desenvolvimento da organização, pesquisadores I/O precisam estar interessados no processo empreendedor.

Na sua totalidade, a psicologia desempenha um papel importante nos estudos sobre o empreendedorismo. A participação dos psicólogos nas pesquisas sobre o comportamento, a personalidade, as atitudes, as motivações e os valores dos indivíduos, reconhecidos socialmente como empreendedores, tem contribuído para o entendimento generalizado do termo empreendedor (BAUM et al, 2007).

O estudo das explicações do sucesso ou insucesso na condução das micro e pequenas empresas de Juazeiro (BA) dadas pelo(a)s seu(a)s proprietário(a)s poderá contribuir para a compreensão do empreendedorismo e das motivações e expectativas do indivíduo empreendedor.

O trabalho foi dividido em capítulos, sendo o capítulo I reservado para uma revisão conceitual numa perspectiva histórica do termo empreendedorismo, o processo empreendedor, a propagação da cultura empreendedora por meio da educação formal, as teorias sobre o empreendedorismo; as características psicológicas e as competências e habilidades empreendedoras, as causas do sucesso e insucesso dos empreendedores, a Teoria da atribuição de causalidade,

a Teoria motivacional e realização de Weiner e uma discussão dos pressupostos da origem à formulação das questões de pesquisa, que orientaram a investigação.

A revisão foi fundamentada nos estudos teóricos e conceituais e estudos empíricos relacionados à temática do empreendedor e do empreendedorismo. Os principais trabalhos acadêmicos e teorias existentes também foram contemplados nesse capítulo, com maior preocupação nos estudos relacionados às atribuições de sucesso ou insucesso em momentos de realização.

No capítulo II, a ênfase foi dada para os aspectos metodológicos da pesquisa, descrevendo seu delineamento, instrumento e procedimentos de coleta de dados, população, amostra, além da análise dos dados. Esse capítulo também descreve o software ATLAS/ti utilizado como apoio na sistematização dos dados, assim como sua relevância para a análise do conteúdo realizada.

No capítulo III, foram apresentados: os resultados da pesquisa - o perfil sociodemográfico dos participantes, as categorias e as propriedades obtidas na entrevista; uma discussão dos achados da pesquisa correlacionando-os com as teorias estudadas. E, finalizando o capítulo, um espaço para as considerações e recomendações finais do trabalho.

CAPÍTULO I

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 O histórico do empreendedorismo

2.1.1 Considerações iniciais

Qual seria a conceituação mais adequada para o termo empreendedorismo? Essa variou num horizonte temporal, que ultrapassou séculos em função de diversas correntes de pensamento. Na revisão da literatura realizada, foram identificados aqueles autores que associam diretamente a ação empreendedora à criação de novos empreendimentos lucrativos e inovadores, considerando ainda o desenvolvimento econômico como resultado da criação de novos negócios e aqueles que focavam as características comportamentais dos empreendedores.

Especificamente, na área comportamental, as primeiras pesquisas se limitavam a documentar e relatar o surgimento de empreendedores ou suas características de personalidade. Atualmente, as pesquisas têm preocupação de identificar fatores

responsáveis pelo surgimento do indivíduo empreendedor e de suas implicações para a prática empresarial.

Nos estudos e pesquisas revisados sobre o fenômeno do empreendedorismo, observa-se que não há consenso entre os estudiosos e pesquisadores a respeito da exata definição do conceito de empreendedor. Essa mesma análise também é compartilhada por Hisrich e Peters (2004), quando associam o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo paralelamente ao próprio desenvolvimento do termo.

As dificuldades encontradas para o estabelecimento dessa conceituação podem ser decorrentes de concepções e interpretações errôneas veiculadas principalmente pela mídia e pelo senso comum que, de alguma forma, acabam distorcendo alguns conceitos (COSTA; BARROS; MARTINS, 2008).

2.1.2 Breve comentário da evolução conceitual dos termos empreendedorismo e empreendedor.

Segundo Drucker (1987), o século XII pode ter sido a data referência para a origem do termo empreendedorismo e, conseqüentemente, o ponto de partida para designar o indivíduo empreendedor. Mas, muito antes dos principais estudiosos do empreendedorismo, ainda no século XII, na Inglaterra, o termo

empreendedor já era utilizado em referência aos indivíduos que promoviam lutas (FILION, 1999a).

Mas, de acordo com Machado (2005), foi no início do século XVI, o termo empreendedor foi utilizado pela primeira vez, na história militar francesa, em referência, principalmente, aos indivíduos, que se comprometiam liderar expedições militares. Nessa época, o foco estava voltado para as grandes ações e conquistas humanas.

Foi somente na segunda metade do século XVI, completa Machado (2005), que o termo começou a ser utilizado também para designar aquelas pessoas com grandes posses de terras e trabalhadores assalariados. Nessa época, o termo foi utilizado em outros momentos para designar aqueles indivíduos, que gerenciavam projetos, geralmente com os recursos disponibilizados pelo Estado.

No século XVIII alguns estudiosos, aproveitando o início do processo de industrialização, com o aparecimento das grandes indústrias com seus processos produtivos mecanizados, dedicaram-se ao estudo do empreendedorismo. Para Dornelas (2008) quem primeiro encontrou uma definição para o termo empreendedor foi o escritor e economista francês, Jean Baptiste Say.

De acordo com Dornelas (2008) Say, por volta de 1800, em seu livro Tratado de Economia Política, atribuiu aos empreendedores a capacidade de transferir

recursos de áreas menos produtivas para outras áreas que oferecessem vantagens econômicas.

De acordo com Dornelas (2008), Say ainda apresentou alguns requisitos considerados como necessários para ser empreendedor: julgamento, perseverança e um conhecimento sobre o mundo, assim como sobre os negócios segundo Filion (1999a).

No entanto, para Hisrich e Peters (2004) e Sarkar (2008), foi o francês Richard Cantillon o criador do termo. Para os autores, por volta de 1700, Cantillon já desenvolvera uma das primeiras teorias do empreendedor. Cantillon define o termo em seu ensaio *Essaisur la nature du commerce em general*, em 1755, como uma pessoa que está disposta a comprar uma determinada mercadoria por um preço certo e vendê-la por um preço incerto, assumindo o risco empresarial de suas decisões sobre obtenção e uso dos recursos.

Nesse mesmo período, segundo Drucker (1987), o termo empreendedor também era utilizado para designar aqueles investidores financeiros e possuidores de grandes propriedades rurais. Essas pessoas exerciam uma influência muito forte na formação do pensamento da sociedade local.

Filion (1999a) ainda acrescenta que o interesse de Cantillon pelos empreendedores não era um fenômeno isolado na época. Esse interesse harmonizava-se com o ideário dos pensadores liberais da época, que exigiam,

entre outros, liberdade plena para que cada um pudesse tirar o melhor proveito dos frutos de seu trabalho.

Autores contemporâneos, que estudam sobre o empreendedorismo, como Drucker (1987); Dolabela (1999a); Sarkar (2008) e Dornelas (2008) também concordam em dizer que a origem desse conceito está nas obras de Cantillon, que era basicamente um banqueiro que, comparado aos dias de hoje, poderia ser chamado de capitalista de risco.

Adam Smith, no seu livro *A riqueza das nações*, define o empreendedor como um proprietário capitalista, um fornecedor de capital e, ao mesmo tempo, um administrador, que se interpõe entre o trabalhador e o consumidor. No livro, Adam Smith também fez referências aos empreendedores como aqueles empresários que reagiam às alterações das economias (SARKAR, 2008).

Para Machado (2005) e Sarkar (2008), o conceito de Smith refletia uma tendência da época de considerar-se o empreendedor como alguém que visava somente produzir dinheiro e riquezas materiais.

O pensamento de Adam Smith, na época, era complementado pelo pensamento do economista inglês Alfred Marshall. De acordo com Machado (2005), Marshall via o empreendedor como alguém, que se aventura e assume riscos, que reúne o capital e o trabalho requeridos para o negócio e supervisiona seus mínimos detalhes, caracterizando-se pela convivência com o risco e a gerência do negócio.

Entretanto, para Sarkar, (2008), foi a valiosa contribuição do austríaco Joseph A. Schumpeter, professor de Economia na Universidade de Czernowitz (uma universidade de língua alemã na Áustria, em 1911, que criou um novo significado para o termo empreendedorismo com a publicação da obra *Theory of Economic Development*, um livro de 657 páginas, onde, pela primeira vez, inseriu sua teoria do empreendedorismo.

Para Schumpeter (1968), o empreendedor é a pessoa responsável pelo que chamou de processo de “destruição criativa”, em outras palavras, a constante criação de novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. Inovação essa colocada como o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista. Para o autor, além disso, empreendedores têm a capacidade de converter inovações tecnológicas e organizacionais em melhores produtos e serviços.

Para Fillion (1999b), as teorias de Schumpeter tanto a *Mark I* como a *Mark II* argumentavam que a inovação e as mudanças tecnológicas de uma nação vêm dos indivíduos empreendedores. Empreendedorismo é importante porque é o mecanismo econômico por meio do qual ineficiências econômicas são identificadas.

Para Sarkar (2008), a visão schumpeteriana enfatiza a força destrutiva do empreendedor na economia como um processo benéfico à introdução de novos

produtos gerados na obsolescência ou no fracasso de outros. A substituição do disco vinil pelo disco compacto, os computadores pessoais, são apenas dois dos muitos exemplos do processo da destruição criativa proposta por Schumpeter. Devemos, porém, creditar a Schumpeter a consolidação do conceito dessa disciplina. Ele associou muito claramente o empreendedorismo à inovação, ao fato de se criar coisas novas e diferentes no processo produtivo, na abertura de um novo mercado, na criação de uma nova empresa ou, até mesmo, no lançamento de um novo produto.

Drucker (1987) introduziu, nas suas teorias, outros elementos complementares ao conceito de empreendedorismo definido por Schumpeter, como a busca de oportunidades e a aceitação de risco, passando a definir empreendedor como um indivíduo aproveitador de oportunidades, gerador de riquezas e valor em termos de mercado, muito diferentemente de simplesmente constituir uma empresa.

Assim como Drucker (1987), Timmons (1999) associou o empreendedor à capacidade de identificar, agarrar e aproveitar oportunidades, transformando-as num negócio lucrativo, assumindo todos os riscos inerentes à atividade. Para o autor, esses riscos não eram somente de ordem econômica e financeira, mas também de ordem psicológica e social.

Timmons (1999) ainda destaca dois movimentos no seu conceito de empreendedor relacionados a recursos: a busca e o gerenciamento. Então, para o autor o empreendedor não é aquele que apenas identifica, agarra e aproveita

oportunidades, mas também que possui competências para capitalizar e gerenciar. São competências chaves, segundo o autor, mesmo em condições favoráveis de mercado. Os empreendedores devem ter aptidão para gerenciar os recursos e explorar as oportunidades.

O empreendedorismo foi identificado pelos economistas como um elemento útil à compreensão do desenvolvimento econômico e à criação de negócios lucrativos e de grande porte; no entanto, segundo Dornelas (2008), psicólogos, sociólogos, administradores e antropólogos contribuíram, levando em consideração outras abordagens, como as relações socioculturais presentes na formação do indivíduo empreendedor.

Um dos primeiros autores desse grupo a mostrar interesse pelos empreendedores foi o sociólogo Max Weber, um dos fundadores junto com Karl Marx e Émile Durkheim da sociologia. Grande parte de seu trabalho como pensador e estudioso foi reservado para a racionalização no âmbito da sociologia, da religião e da política, mas seus estudos também deram contribuição importante para a economia. Sua obra mais famosa é o conhecido ensaio sobre a ética protestante e o espírito do capitalismo, publicado em 1904.

Para Weber (2004), o núcleo da análise social consistia na interdependência entre religião, economia e sociedade. Ele identificou um sistema de valores como elemento fundamental à explicação do comportamento empreendedor.

Weber (2004), afirmava que o cientista social deveria estar pronto para o reconhecimento da influência que as formas culturais, como a religião, por exemplo, podem ter sobre a própria estrutura econômica. A ação social pode ser compreendida pelo conjunto de ações dos indivíduos orientados pela ação de outros indivíduos.

Weber (2004) ainda estabeleceu quatro tipos de ação social: a) ação tradicional determinada por costume ou hábito enraizado; b) ação efetiva determinada por sentimentos; c) ação racional, com relação a valores, determinada pela crença consciente num valor considerado importante, independentemente do êxito desse valor na realidade e d) ação racional, com relação a fins, determinada pelo cálculo racional para atingir os objetivos. Para o autor, essas ações poderiam influenciar diretamente o direcionamento para a escolha de atividades profissionais, inclusive a atividade empreendedora.

Silva (2006) concorda com as conclusões de Weber ao afirmar que os padrões culturais dominantes de uma nação são fortemente marcados por um sistema de valores existentes no grupo majoritário da população e, normalmente, são estáveis por longos períodos da história.

De acordo com Silva (2006) o nível da atividade empreendedora está diretamente relacionado a vários aspectos determinantes, entre eles o seu ambiente cultural, afetando diretamente o comportamento empreendedor dos empresários. Para os

autores, o ambiente cultural de uma nação afeta o comportamento dos empreendedores de maneira significativa.

Para Locke e Baum (2007) fatores externos, tais como liberdade econômica e força de mercado, tanto podem limitar ou desencorajar, como podem facilitar ou encorajar as atividades empreendedoras. Para os autores, empreendedores racionais levam em consideração esses fatores externos quando formulam seus produtos ou ideias de serviços e seus planos de negócios.

Foi somente a partir de 1961 que surgiram os primeiros estudos a respeito da personalidade e do comportamento dos indivíduos considerados empreendedores por meio das pesquisas do Professor de Psicologia David McClelland da Universidade de Harvard (BENEDETTI et al, 2005). O objetivo dos estudos de McClelland era explicar os fatores responsáveis pelo apogeu da civilização russa e o declínio da civilização norte - americana. Os resultados dos trabalhos indicaram, entre outros, que as gerações futuras eram fortemente influenciadas por modelos, heróis que haviam sido personagens populares na literatura com os quais os jovens se identificavam.

Para McClelland (1972), a vontade humana de superar desafios e se distinguir são o significado da necessidade de realização, englobando um conjunto de características psicológicas e comportamentais, que compreendem, entre outras, gosto pelo risco moderado, iniciativa e desejo de reconhecimento. Para o autor, é pouco provável que uma crescente necessidade de realização resultasse, *per si*,

em atividade econômica, a menos que houvesse uma oportunidade para tanto na esfera do próprio indivíduo.

Filion (1999a) argumenta que uma relação direta entre a realização do empreendedor e o sucesso do empreendimento dependerá, em primeira monta, dos valores sociais predominantes onde se encontra o empreendedor. Em outras palavras, a necessidade de realização do indivíduo o encaminhará para o estabelecimento de um novo negócio, caso os valores sociais enfatizem o sucesso dos negócios.

Nos anos seguintes, foram incluídas, no debate acadêmico, questões importantes como características comportamentais dos empreendedores (FILION, 1999a). O debate contribuiu para a compreensão do empreendedorismo, levando em consideração os aspectos motivacionais e afetivos dos indivíduos. Mas, antes desse debate, Lachman (1980), já atentava para certas necessidades dominantes, que moldavam o comportamento de algumas pessoas que se destacavam das demais. Para ele, pessoas com tais características tendem ao empreendedorismo. Sanábio (2001) argumentava que os empreendedores têm valores e atitudes singulares a respeito do trabalho e da vida.

Na ideia de que empreendedorismo é algo pessoal dependente de visão, intenção e trabalho para gerar ideias de negócios e transformá-las em produtos e serviços de sucesso, impera a necessidade de compreender quem é o empreendedor.

O empreendedor possui características e alguns atributos pessoais, como por exemplo: são visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, são otimistas e apaixonados pelo que fazem, são independentes e constroem o próprio destino, ficam ricos, são líderes e formadores de equipe, bem relacionados, organizados, planejam, possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade. (DORNELAS, 2001, p. 30).

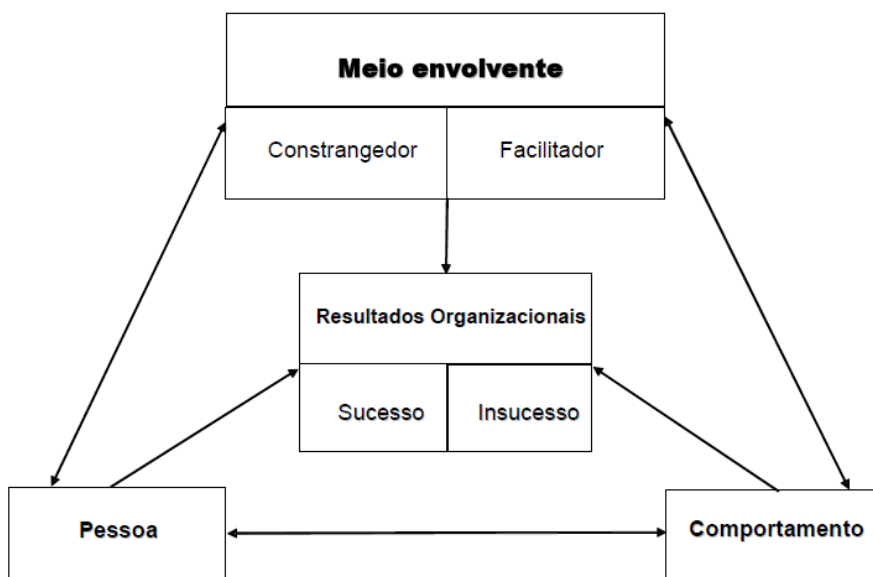
A Psicologia, ultimamente, tem dedicado tempo e esforços para a pesquisa e os estudos a respeito do empreendedor e do empreendedorismo por acreditar que as características pessoais do empreendedor são importantes para o sucesso do empreendimento (BAUM et al, 2007).

A série intitulada *Fronteiras Organizacionais da Sociedade de Psicologia Organizacional (SIOP)*, publicada em Londres pela editora *Lawrence Erlbaum Associates* (LEA) a partir de 1983, com objetivo de publicar livros com temas pertinentes à Psicologia Organizacional e Industrial (O/I) de natureza teórica e empírica, traz, na sua vigésima quarta obra, denominada *The Psychology of Entrepreneurship* uma reflexão nova acerca do empreendedorismo e permite uma melhor compreensão da temática. Ao longo dos seus diferentes capítulos, existe uma preocupação em definir o empreendedorismo como um objeto legítimo de estudo da Psicologia. Maiores detalhamento e aprofundamento da contribuição dos trabalhos da série serão abordados ao longo do texto em tópicos pertinentes.

Por outro lado, Trigo (2002) defende que o empreendedorismo não pode ser compreendido como um fenômeno simplesmente influenciado pela personalidade, atitudes e comportamento do indivíduo. O empreendedor é influenciado pela

personalidade do indivíduo e pelos seus comportamentos, do mesmo jeito que é influenciado pelos valores sociais e culturais. Na figura a seguir, o autor procura exemplificar, graficamente, melhor essa questão.

Figura 1: Relação existente entre o empreendedor, seu comportamento e o meio envolvente para obtenção de resultados.



Fonte: Trigo (2002).

Os resultados dos estudos de Souza e Depieri (2005) realizados com 450 empreendedores de micro e pequenas empresas no Distrito Federal indicam que as expressões da cultura antecedem a atitude empreendedora, podendo até vincular diretamente às dimensões cultural, psicológica e tecnológica.

Existe um grande número de estudos na área do empreendedorismo; entretanto, tais estudos, normalmente, são fragmentados, com diversas unidades de análise diferentes e com pressupostos epistemológicos e ontológicos distintos. Alguns

dos estudos se concentram no empreendedor em si; outros nas organizações e no desenvolvimento econômico; outros no contexto e outros no ambiente. Devido a sua complexidade, alguns pesquisadores vêm se preocupando em analisar o empreendedorismo em sua totalidade (GARTNER, 1985; PAIVA JÚNIOR, 2005).

Sendo assim, outros conceitos podem surgir para designar o termo empreendedor, dessa vez, incluindo indivíduos que não sejam proprietários de empreendimentos econômicos, muitas vezes causando ambiguidades no significado.

Filion (1999a), colaborando para resolver essa dúvida, denomina os donos dos empreendimentos de visionários, ou seja, aqueles indivíduos que conceberam e efetivaram o empreendimento, seja por meio de identificação de oportunidades, seja por uma necessidade de sobrevivência, mas, que empregaram toda a energia, a motivação e os recursos econômicos e financeiros para tal finalidade.

Para os empregados, o autor utilizou o termo visionistas, designando aqueles que, embora não investissem recursos financeiros, empregavam suas habilidades e aptidões para identificarem e visualizarem ideias complementares e essenciais para a realização da visão central da organização.

Hisrich (1990), colaborando para o entendimento do termo, distingue o empreendedor do intraempreendedor. Para ele, ao empreendedor era atribuída a capacidade de inovação e visão para o sucesso dos negócios e aos

intraempreendedores o papel de incrementar o desenvolvimento na organização. Para isso, os intraempreendedores precisam desenvolver as mesmas habilidades e competências exigidas pelos empreendedores, embora não corram os riscos, que os proprietários correm.

Para consolidar um comportamento empreendedor na organização, o gerente deve, muitas vezes, pensar e agir como o indivíduo proprietário do empreendimento. Para Dornelas (2007), esses indivíduos são denominados de empreendedores corporativos.

A maioria das características dos empreendedores pode ser encontrada da mesma forma nesses tipos de empreendedores, com duas exceções: Os empreendedores corporativos são controlados pela organização, investem na sua carreira e promoção do sucesso pessoal, e os empreendedores, além de manterem o controle, são apaixonados pela ideia e têm prazer em fazer acontecer, via identificação de uma oportunidade (DORNELAS, 2007). Em linhas gerais, é o empreendedorismo aplicado dentro das organizações, criando cultura e clima inovadores.

2.2 O processo empreendedor

Baron (2007) sugere que o empreendedorismo seja compreendido numa perspectiva sistemática e processual. Essa sistematização é compreendida por meio de diferentes modelos com diferentes números de fases e estágios, que descrevem um processo contínuo de envolvimento, contrastando com um evento simples ou com sucessivos eventos independentes, tratando numa perspectiva de processo, que pode ser dividido em fases somente para fins de análises.

De acordo com Dornelas (2007), as fases dos eventos, no processo empreendedor, podem ser resumidas em quatro momentos: a) identificação e avaliação de oportunidades. Aqui é o momento da criação, dos valores percebidos e do autoconhecimento das habilidades diante da oportunidade identificada; b) determinação e captação de recursos necessários para o empreendimento incluindo os recursos pessoais, físicos e financeiros; c) desenvolvimento do plano de negócios e d) o gerenciamento do empreendimento, definindo o estilo de gestão, os fatores críticos e os problemas atuais e potenciais.

Embora essas fases estejam dispostas aparentemente em uma ordem, não implica o surgimento de uma fase seguinte antes mesmo da conclusão da fase anterior, podendo até, em algumas circunstâncias, inverterem a ordem dos acontecimentos.

Timmons (1999) propõe analisar os aspectos críticos do processo empreendedor, priorizando três fatores considerados fundamentais. O primeiro é a oportunidade, que deverá ser avaliada com o objetivo de tomar a decisão de continuar ou abortar o projeto ou a ideia inicial. O segundo fator diz respeito à composição da equipe empreendedora, considerando o empreendedor e os intraempreendedores e, por fim, a análise dos recursos necessários e onde captá-los para iniciar o negócio.

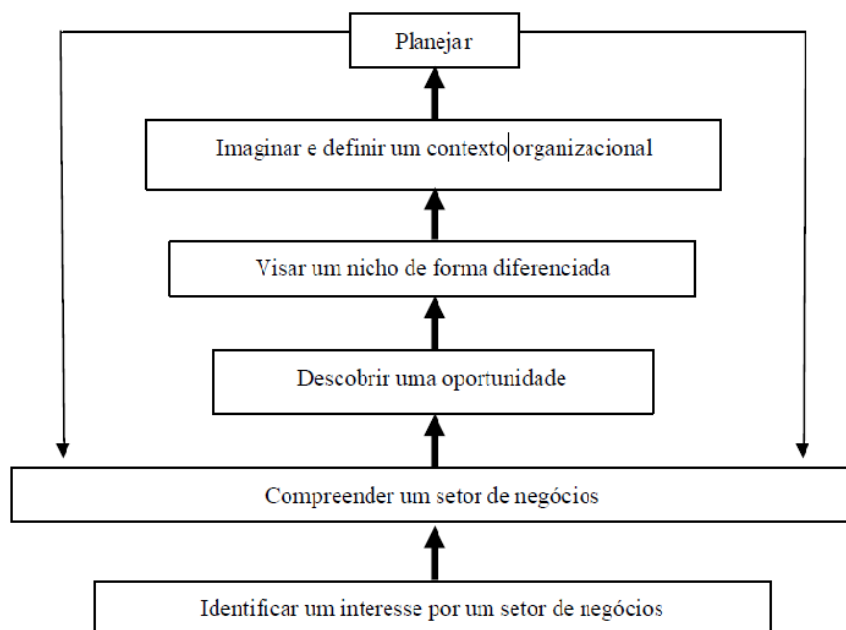
No que se refere apenas ao processo de gerenciamento empreendedor, Filion (1999a) enfatiza que o interesse do empreendedor em um nicho de mercado pode ter origem em diversas fontes. Para o autor, a influência do ambiente familiar será mais acentuada quanto mais novo, for o empreendedor no início do processo. Quanto mais velho for o empreendedor, maior será a influência dos contatos com o meio de negócios ou da experiência prévia e das atividades de aprendizagem, frequentemente ligadas ao trabalho (FILION, 1999b). Nesse caso, os empreendedores com um passado de família de empreendedores têm vantagem sobre os demais indivíduos no processo empreendedor.

A teoria do empreendedor de Filion, além de descrever o empreendedor como visionário e os empregados como visionistas, contempla também o processo empreendedor. Para Filion (2000), existem três categorias principais de visão, que acontecem, processualmente, durante a abertura de um negócio: visões emergentes representadas por ideias de produtos ou serviços que o empreendedor pretende lançar, visões centrais descritas como o resultado de

uma ou mais visões emergentes e visões complementares, que são as atividades de gestão; em outras palavras, a sustentação e realização da visão central.

O processo visionário de Fillion (1999a), apresentado como sucessivas fases complementares, está identificado na Figura 3 que descreve as etapas do processo visionário onde as três categorias de visão se desenvolvem – fase embrionária, focada na imaginação até a fase complementar com a realização dos objetivos.

Figura 2: Etapas do processo visionário.



Fonte: Fillion (1999a)

Essas visões representam o acúmulo de experiências (DOLABELA, 1999b). Empreendedores acumularão muitas experiências e, frequentemente, terão diversos trabalhos diferentes antes de começarem um negócio baseado em um produto ou serviço específico.

Desse modo, psicólogos organizacionais interessados em estudarem o empreendedorismo, devem tomar a organização como a raiz do fenômeno (BARON, 2007). Para o autor, existem questões de múltiplos níveis, tanto de análises como de estágios de negócios no empreendedorismo. No princípio, a solidão tem influência predominante no empreendedor no processo de criação da empresa. À medida que a empresa cresce, a influência se desloca para a equipe empreendedora e colaboradores estratégicos e, subsequentemente, fatores organizacionais dominam a estabilidade da empresa (BAUM et al, 2007).

2.3 O ensino do empreendedorismo

Muitas pessoas imaginam que as características empreendedoras do ser humano são inatas e, por isso somente uma minoria nasceria com esse talento. Sendo assim, a grande maioria estaria condenada ao emprego tradicional e a ausência da criatividade. Segundo Dolabela (1999a), a crença de que o empreendedor é fruto de uma hereditariedade já não tem muitos adeptos nos meios acadêmicos ao contrário tem-se estabelecido a ideia de que é possível ser empreendedor, mediante uso de políticas diferenciadas do ensino tradicional.

Para Silveira (1998), o jovem passa anos, do ensino fundamental ao ensino superior numa relação de passividade com relação ao seu aprendizado, sendo doutrinado às exigências e demandas dos aparelhos ideológicos do Estado.

Filion (2000) propõe que o empreendedorismo se aprende geralmente pela transmissão de valores, por osmose e por contatos seguidos com um empreendedor; em suma, por trocas de saberes com aqueles que o praticam. É possível ensinar empreendedorismo? Geralmente, essa tem sido a primeira pergunta feita quando o termo empreendedorismo é o centro da discussão. A resposta é afirmativa. Segundo Dolabela (1999a), o empreendedorismo e as suas práticas podem ser aprendidos em qualquer idade. Tudo indica que o empreendedor é resultado de um processo cultural. Por outro lado, se existem dúvidas sobre a possibilidade de se ensinar alguém a ser empreendedor, Filion (2000) acredita que é possível que alguém aprenda a sê-lo em determinadas circunstâncias que sejam favoráveis ao autoaprendizado

Do mesmo modo, poderia-se perguntar se é possível ensinar alguém a ser empregado. Dolabela (1999a) propõe que os valores do nosso ensino não apontam para o empreendedorismo, voltando-se para a formação de profissionais, que irão atuar no mercado de trabalho como empregados das grandes corporações. Essa prática educativa, ao longo dos tempos, vai tomando outros rumos, passando a considerar outros elementos fundamentais para o desenvolvimento integral do ser humano.

A Lei das Diretrizes e Bases (LDB) da educação brasileira prevê uma escola democrática e participativa, autônoma e responsável, flexível e comprometida, atualizada e inovadora, humana e holística. Tais princípios contidos nos seus artigos vão encontrar concordância com os princípios norteadores do

empreendedorismo. Tanto as definições iniciais como as atuais do empreendedorismo atribuem habilidades e competências ao empreendedor, tais como as definidas pela LDB.

No Brasil, de acordo com Souza (2001), até a década de 1960, só existiam dois cursos em Administração em território nacional: um em São Paulo e o outro no Rio de Janeiro, teoricamente responsáveis pelo ensino do empreendedorismo.

Em 1995, de acordo com Souza (2001), várias disciplinas de empreendedorismo foram ofertadas em universidades brasileiras com o apoio de várias instituições governamentais e não governamentais. Conforme Dornelas (2001), hoje há um enorme esforço governamental no sentido da disseminação da cultura empreendedora e de financiamento de novos empreendimentos, com objetivos de criar novas relações de trabalho e gerar fontes de riqueza.

No Brasil, nestes últimos vinte anos, também houve o surgimento de diversos programas de desenvolvimento de empreendedores. Podemos observar, na Tabela 1 abaixo, o desempenho brasileiro na área do ensino universitário de empreendedorismo.

Tabela 1: Histórico do ensino de empreendedorismo no Brasil.

ANO	LOCAL	DISCIPLINA
1981	Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas [CEAG]/SP	Novos Negócios
1984	Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas-SP	Criação de Novos Negócios e Formação de Empreendedores
1984	FEA/USP	Criação de Empresas
1984	UFRS	Criação de Empresas
1985	FEA/USP	Criação de Empresas em Empreendedorismo em Base Tecnológica
1989	Escola de Administração da FGV-SP	Mestrado e doutorado
1992	FEA/SP – SEBRAE	Programa de Formação de Empreendedores Profissionais da Comunidade
1992	UFSC	Escola de Novos Empreendedores [ENE]
1992	UFPE-Recife/FACEPE	Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife- CESAR
1992	UFMG-GEPE/	SEBRAE Workshops
1993	UFMG/FUNSOFT	Metodologia de Ensino de Empreendedorismo: o Empreendedor em Informática
1993	UFMG	FUNSOFT
1995	CESAR/Softex	Pré- Incubadora /Projetos de Importação de Software
1995	Escola Federal de Eng ^a de Itajubá [EFEI]	Centro Empresarial de Itajubá [GEFEI]
1995	UnB/SEBRAE [DF]	Escola de Empreendedores
1996	CESAR	Ensino do Empreendedorismo
1997	PUC - Rio	Instituto GÊNESIS p/Inovação e Ação Empreendedora
1997	MG/SEBRAE/FUMSOFT/IEL	Programa Rede de Ensino Universitário (REUNE)
1998	CNI-IEL/	SEBRAE Nacional Expansão do Ensino do Empreendedorismo em todo o Brasil
1999	FURB – Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGAd)	Ênfase em Empreendedorismo/ Núcleo de Empreendedorismo, Inovação e Competitividade

Adaptado de Dolabela (1999b: 87-90).

O movimento brasileiro de incubadoras, iniciado, em 1988 pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (ANPROTEC), apresentou um crescimento animador no cenário brasileiro sob o ponto de vista quantitativo, passando de duas incubadoras em 1988 para trezentos e setenta e sete em 2006 (ANPROTEC, 2006).

O panorama de Incubadoras de Empresas e Parques Tecnológicos é uma pesquisa realizada anualmente pela ANPROTEC, em conjunto com o SEBRAE, visando documentar e diagnosticar o movimento de incubação brasileiro.

As incubadoras são entidades sem fins lucrativos destinadas a fomentar o estágio inicial de empresas nascentes, que se enquadram em determinadas áreas de negócios, muitas vezes sediadas nas universidades e ou em parques tecnológicos, fornecendo suporte tecnológico, empresarial, mercadológico, infraestrutura, entre outros (ANPROTEC, 2006). Essas entidades se constituem como agente de ligação entre o meio acadêmico e o mercado. Esse ambiente constituído pelos conhecimentos acadêmicos e a dinâmica do mercado propicia aos alunos uma experiência enriquecedora do ponto de vista da apropriação do conhecimento teórico com a realidade empreendedora.

Outra estratégia pedagógica para o ensino do empreendedorismo, muito utilizada, é a Empresa Júnior. As Empresas Júniores funcionam na condição de entidade societária civil, sem fins econômicos, constituída e gerida exclusivamente por alunos de graduação de estabelecimentos de ensino superior, que presta serviços

e desenvolve projetos para empresas, entidades e sociedade em geral, nas suas áreas de atuação, sob a orientação de professores e profissionais especializados.

No ensino básico, é preciso desenvolver o protagonismo infanto-juvenil, considerando que a expressão empreendedora não se aplica somente às práticas dos negócios, mas também a todas as esferas das atividades humanas (AMARAL, 2000). Sendo assim, pode-se desenvolver nas pessoas características do comportamento empreendedor, por meio de programas educacionais, que abordem estudos comportamentais, conhecimentos, habilidades e competências para liderar organizações de negócios e relações humanas.

Mas, de acordo com Dornelas (2008), devem-se entender primeiro quais são os objetivos do ensino do empreendedorismo. Os cursos podem divergir bastante de instituições para instituições, contudo todos deveriam focar:

a) identificação e na compreensão das habilidades do empreendedor; b) na identificação e análise de oportunidades; c) em como ocorre a inovação e o processo empreendedor; d) na importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico; e) em como preparar e utilizar um plano de negócios; f) em como identificar fontes e obter financiamento e g) em como gerenciar e fazer a empresa crescer (DORNELAS, 2008, p. 24).

Dentro dessa realidade, as instituições de ensino, em todos os níveis, assumem um papel importante e, ao mesmo tempo, singular nas discussões em torno do tema empreendedorismo. O enfoque do empreendedorismo, em especial na estrutura curricular das Instituições de Ensino Superior (IES), demonstra que essa abordagem, de maneira geral, marca presença, mesmo que timidamente,

manifestando-se como habilitação do curso, disciplina, eixo temático e/ou projetos de extensão e pesquisa, externando a realidade de um estado de conscientização quase unânime sobre a importância do mesmo nos cursos, principalmente de administração, nas IES.

2.4 Teorias sobre o empreendedorismo

2.4.1 Características psicológicas

Carland, Carland e Hoy (1992) desenvolveram o CEI (*Carland Entrepreneurship Index*), um instrumento para medir o potencial empreendedor de um indivíduo. O instrumento inicialmente incluía quarenta questões de escolha forçada com questões abordando quatro construtos: personalidade, preferência pela inovação, propensão a assumir riscos e postura estratégica. Diversas amostras foram utilizadas no teste do instrumento. A primeira delas com 151 estudantes e 211 proprietários de empresas.

Os autores concluíram que o empreendedorismo é uma integração de cinco elementos: necessidade de realização, criatividade, propensão à inovação, ao risco e à postura estratégica, relacionada com a busca de oportunidade.

Carland e Carland (1996) e sua equipe de pesquisadores identificaram três características maiores na personalidade empreendedora: a) a propensão a assumir riscos; b) a preferência pela inovação e pela criatividade e c) a necessidade de realização. Esses três fatores integrados, identificados na pesquisa *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), compõem o perfil do empreendedor por ele percebido.

Para Sanábio (2001), entre as características psicológicas, que têm maior atenção na pesquisa sobre o empreendedor, destacam-se: a) os valores pessoais; b) a criatividade; c) a aceitação do risco e d) a necessidade de realização.

Mesmo analisando o indivíduo que empreende apenas pela perspectiva da Psicologia, o campo de estudo é bastante amplo e diversificado; por isso, sem a pretensão de encerrar a discussão em torno das características psicológicas dos empreendedores de sucesso e os empreendedores de insucesso, focaremos três características psicológicas na predição do comportamento empreendedor.

Criatividade: O interesse pelo desenvolvimento de pesquisas na área de criatividade pode ser considerado recente. De acordo com Alencar e Fleith (2003), pesquisadoras do Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília, autoras do livro “Criatividade: múltiplas perspectivas” foi somente, após o discurso de Guilford em 1950, quando era presidente da Associação Americana de Psicologia, que essa temática passou a configurar o cenário e o interesse dos pesquisadores,

iniciando, então, o desenvolvimento de inúmeras investigações de aspectos relacionados à criatividade.

Ao discutir criatividade, podemos encontrar alguns autores, como Mansfield creditando que criatividade é um conceito relativo, destacando que alguns produtos são considerados criativos somente em relação a outros em um determinado tempo (ALENCAR; FLEITH, 2003).

Para o desenvolvimento de características do comportamento empreendedor, Dolabela (1999a) propõe a criação de oito caminhos, que vão desde as atitudes esperadas pelo indivíduo até a criação do próprio negócio. Entre as oito etapas do processo empreendedor, a criatividade é citada, no sentido da importância de o indivíduo dominar os processos que deem vazão à criatividade.

Busca de oportunidades: A busca de oportunidade foi citada por vários autores revisados referindo-se ao empreendedorismo: autores da Psicologia e economistas clássicos, além de em estudos empíricos.

Schumpeter (1961, 1968) associou ao empreendedor aquele ser iluminado, que é capaz de aproveitar as oportunidades das mudanças tecnológicas e introduzir processos inovadores nos mercados.

Filion (1999b), realizando entrevistas com empreendedores que começaram seus negócios ainda bem jovens mostrou que, em todos os casos, foram necessários entre cinco e dez anos para compreender suficientemente o setor.

As conclusões de Filion (1999b) reforçam a necessidade do empreendedor de estar sempre com elevada disponibilidade para aprender, pois, para detectar oportunidades de negócios, é preciso ter intuição, intuição requer entendimento, e entendimento requer um nível mínimo de conhecimento. Um empreendedor terá intuição de que algo é possível em um mercado em particular, porque ele conhece o mercado o suficiente para entender seu funcionamento e ser capaz de detectar oportunidades.

Os resultados da pesquisa de Kornijezuk (2004) chamam a atenção, particularmente, para a característica busca de oportunidades, que é indicada por 73% dos autores e 79% dos empresários, apresentando um alto índice de menções em ambos os grupos.

Necessidade de realização: Com o objetivo de identificar a presença da motivação originada por fatores associados à necessidade de autorrealização dos empreendedores Benedetti et al (2005) realizaram pesquisa junto a proprietários de micro e pequenas empresas de Barueri, cidade da região da Grande São Paulo (SP).

Para Benedetti et al (2005), além desses fatores, os empreendedores atribuem, também, grande importância a uma rede de relacionamentos para captação de recursos e identificação de novas oportunidades de negócios. Ainda, segundo os autores, os empreendedores podem ser considerados como indivíduos motivados a partir da necessidade de autorrealização.

Dessa maneira, este estudo contribui na difícil tarefa de traçar um perfil empreendedor, indicando que, entre outros aspectos, empreendedores podem ser considerados como indivíduos motivados a partir da necessidade de autorrealização (BENEDETTI et al, 2005).

Vários estudos realizados por McClelland (1972) tratavam da questão da motivação. McClelland (1972) desenvolveu uma teoria sobre a motivação psicológica, baseado na crença de que o estudo da motivação contribui significativamente para o entendimento do empreendedor. Segundo sua teoria de motivação, as pessoas são motivadas por basicamente três necessidades, quais sejam, necessidade de realização, necessidade de poder e necessidade de afiliação.

De acordo com McClelland (1972), a necessidade de realização é a necessidade que o indivíduo tem de pôr à prova seus limites, de fazer um bom trabalho. É uma necessidade, que mensura as realizações pessoais. Seus estudos comprovaram que a necessidade de realização é a primeira necessidade identificada entre os empreendedores bem sucedidos.

A necessidade de afiliação existe apenas quando há alguma evidência sobre a preocupação em estabelecer, manter, ou restabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas, e a necessidade de poder é caracterizada principalmente pela forte preocupação em exercer poder sobre os outros, em executar ações poderosas, capazes de despertar fortes reações emocionais nas outras pessoas (McCLELLAND, 1972).

Para McClelland (1972) tanto a necessidade de afiliação como a necessidade de exercer poder sobre outras pessoas, foram identificadas no comportamento dos indivíduos empreendedores.

2.4.2 Competências empreendedoras

Perrenoud (1999) identificou as competências profissionais, considerando-as como um conjunto formado por conhecimentos, *savoir-faire* e postura, incluindo, também, as ações e as atitudes necessárias ao exercício da profissão. Os autores consideram que conhecimentos, habilidades e atitudes são necessários para garantir a realização das tarefas.

Dutra (2001) destaca que as competências nas organizações tendem a ser caracterizadas como a contribuição das pessoas para a capacidade da empresa

de interagir com seu ambiente, mantendo ou ampliando suas vantagens competitivas.

Kornijezuk (2004), com o objetivo principal de identificar o potencial empreendedor de micro e pequenos empresários do Plano Piloto do Distrito Federal e Brasília, por meio de uma pesquisa descritiva, identificou duas grandes dimensões, que acomodaram as competências extraídas das falas dos empreendedores, a saber: dimensão afetiva e cognitiva. Além disso, a pesquisa verificou que algumas respostas dos entrevistados faziam referência a variáveis que não podem ser classificadas em uma dimensão de competência específica, mas que as influenciam fortemente. Essas variáveis permeiam as competências afetivas e cognitivas e foram identificadas como influências do ambiente e dos valores do indivíduo.

Os aspectos cognitivos e afetivos são indissociáveis na prática, mas encontram-se fragmentados na teoria. As competências afetivas aparecem com maior intensidade e frequência nas respostas dos empreendedores, apesar de a literatura sobre empreendedorismo valorizar sobremaneira as competências cognitivas (KORNUJEZUK, 2004).

Colaborando com a busca de definições dos conceitos para as competências do empreendedor, o pesquisador Gideon D. Markman (2007) colaborou com a série Fronteiras Organizacionais da Sociedade de Psicologia Organizacional e Industrial. O capítulo discute como as diferenças individuais podem explicar o

sucesso ou o fracasso empresarial, sejam elas em termos de conhecimentos, capacidades e aptidões.

2.4.2.1 Conhecimento

Para Markman (2007) a criação, a disseminação, a apropriação e a proteção do conhecimento são cruciais em qualquer negócio independente do setor, mercados e/ ou outro contexto; contudo, uma visão avançada é que eles são imensamente importantes no contexto do empreendedorismo, onde o conhecimento exclusivo (novo ou velho, mas exclusivo) pode ser a única diferença entre novos concorrentes.

De acordo com Markman (2007), o conhecimento é considerado uma competência no contexto empreendedor, em pelo menos três formas: a) descoberta de oportunidades; b) avaliação das oportunidades e c) exploração de oportunidades apropriadas.

O conhecimento possibilita que os empreendedores resolvam uma larga variedade de problemas e solucionem irregularidades inerentes ao desenvolvimento do empreendedorismo.

A Fundação Nacional da Qualidade (FNQ) é um centro brasileiro de estudo que tem debatido o conhecimento sobre excelência em gestão. Criada no ano de 1991, a FNQ é uma instituição sem fins lucrativos, fundada por 39 organizações, privadas e públicas, cujo objetivo é disseminar amplamente os fundamentos da Excelência da Gestão para organizações de todos os setores e portes, contribuindo para o aperfeiçoamento da gestão e o aumento da competitividade das organizações.

A FNQ desenvolveu o Modelo de Excelência da Gestão (MEG) baseado em 11 fundamentos e oito critérios. Os fundamentos podem ser definidos como base teórica de uma boa gestão (FNQ, 2010). Esses fundamentos são colocados em prática por meio de oito critérios. Entre eles, o critério “Informações e Conhecimento” aparece abordando os processos gerenciais relativos ao tratamento organizado da demanda por informações na organização e ao desenvolvimento controlado dos ativos intangíveis geradores de diferenciais competitivos (FNQ, 2010).

Para a FNQ (2010), a compreensão e segmentação do conjunto de atividades e processos da organização agregam valor para as partes interessadas, favorecendo a tomada de decisões e execução de ações com base na medição e análise do desempenho, considerando, ainda, as informações disponíveis.

Às vezes, os empreendedores usam conhecimentos, que não estão totalmente e, nem mesmo, adequadamente entendidos. Markman (2007) esclareceu a

complementaridade dos conhecimentos codificados e tácitos para conceituar a função do conhecimento no processo empreendedor.

Para o autor, o conhecimento codificado é aquele de fácil entendimento e do qual todos teriam condições de se apropriar. Permite a repetição, exclusividade e a contribuição para o processo de produção de bens e serviços.

Entretanto, o conhecimento tácito é considerado por Markman (2007) como a intensidade do grau de inacessibilidade do conhecimento. Aquele que dificulta a repetição e a rotina e, desse modo, a ação empreendedora. Cria barreiras à imitação enquanto expande as janelas da oportunidade.

Tanto o conhecimento tácito como o conhecimento codificado, por si só, não é suficiente para a criação de uma empresa ou identificação e exploração de uma oportunidade a não ser que o empreendedor tenha aptidões e habilidades para usá-lo e criar novas riquezas.

2.4.2.2 Aptidão

Para compreender aptidão, precisamos entender duas coisas, de acordo com Piazza-Georgi (2002): a) o conhecimento está inerentemente inter-relacionado com, e interdependente, das aptidões e habilidades e b) aptidões e habilidades

são também inerentemente inter-relacionadas entre si. Muitos estudos e pesquisas não fazem esforços para distinguir as duas pelo fato de tratá-las de forma intercambiável (PIAZZA-GEORGI, 2002).

Conhecimento, então pode ser crucial para o desenvolvimento de aptidões e habilidades, ao mesmo tempo em que aptidões e habilidades influenciam a capacidade de absorção de conhecimento adicional.

Uma aptidão poderá ser definida como uma especialidade adquirida ou desenvolvida pela prática ou treino, ou seja, competências em tarefas (MARKMAN, 2007). Assim, na visão do autor, pelo menos três aptidões devem ser consideradas como competências do empreendedor: aptidões técnicas, conceituais e humanas.

As aptidões técnicas são resultados de experiências profissionais e pesquisas científicas aplicadas. Permitem ao empreendedor iniciar mudanças competitivas, por exemplo, em preços, suprimentos e localização do negócio (MARKMAN, 2007). As aptidões técnicas são fontes fundamentais de crescimento e criação de riquezas (BAUM et al, 2007).

Similarmente, as aptidões conceituais podem incluir, segundo Baum et al (2007), a descoberta de oportunidades, o processamento de tendências no gosto do consumidor e a avaliação da estrutura organizacional. As aptidões técnicas e conceituais permitem aos empreendedores capitalizarem seus investimentos.

E, finalmente, as aptidões humanas são aquelas que captam a extensão da influência do indivíduo nas relações humanas fora e dentro do empreendimento, conduzem e motivam empregados e fazem rede social fora do empreendimento (MARKMAN, 2007).

As aptidões humanas são competências do empreendedor porque não existe empreendimento que prospere sozinho, ou seja, lançar um novo empreendimento requer aptidões em atrair, motivar e contratar pessoas-chave e criar potenciais relacionamentos-chave para o empreendimento (BAUM et al, 2007). Para os autores, o sucesso, em qualquer situação social, depende de: construir, promover e acentuar redes e relacionamentos.

Ao que tudo indica, as aptidões humanas agregam e dependem do capital social e humano. O capital social representado por recursos, que podem ser acessados e utilizados através de relacionamentos: informações, idéias, lideranças, suporte emocional, boa-vontade, cooperação, capital financeiro e poder (MARKMAN, 2007). Capital social consiste em redes sociais embutidas nos indivíduos, incluindo prestígio e lealdade.

Conhecimento e aptidões (técnicas, conceituais e humanas) acumulados parecem não ser ainda suficientes para o sucesso do empreendedor sem a inclusão de outra competência, a da habilidade.

2.4.2.3 Habilidades

Uma habilidade poderá ser como uma capacidade adquirida ou desenvolvida por meio da aprendizagem ou experiências. São características mais gerais, e podem estar relacionadas com as diferenças individuais durante a fase de aquisição das aptidões (MARKMAN, 2007).

O modelo de pessoa empreendedora de Markman (2007) e Baron (2007) propõe que várias habilidades pessoais e aptidões, incluindo reconhecimento de oportunidades, capital social e humano, aptidões sociais e perseverança são altamente relevantes para começar um novo empreendimento. O modelo sugere, ainda, que, quanto mais forte for a presença desses atributos, existe um nível melhor de pessoa empreendedora.

Para Markman (2007) e Baron (2007) a habilidade de realocar recursos é acentuada por aptidões que, por sua vez, aperfeiçoam a habilidade do indivíduo para coletar e processar informações, para reconhecer suas implicações e para calcular riscos. Portanto, a habilidade de organizar, usar o conhecimento e casá-lo com aptidões e habilidades é intensamente relevante no contexto empreendedor.

2.5 Causas do sucesso e insucesso dos empreendimentos

Empreendedores de sucesso se diferenciam dos que têm menos sucesso: pelo grau de conhecimento que podem absorver e acessar, por quão efetivamente podem distinguir entre conhecimento relevante e irrelevante (BAUM et al, 2007), e por quão rápido e efetivamente eles podem aprender, reabsorver, disseminar e apropriar sua percepção do conhecimento (MARKMAN, 2007).

Um estudo das causas que condicionaram o sucesso e/ou o fracasso das MPEs no Estado de Santa Catarina foi realizado por Ortigara (2006) por meio de dois instrumentos de coleta de dados, construídos a partir da análise da pesquisa bibliográfica e realização de um workshop com profissionais e pesquisadores de MPEs. Utilizaram uma amostra de empresas que se registraram na Junta Comercial do Estado nos anos de 2000 a 2004.

O primeiro instrumento permitiu inferir que os sintomas mais relevantes responsáveis pela mortalidade das MPEs segundo os entrevistados foram: carga tributária elevada, falta de capital de giro e inadimplência dos clientes. Os sintomas mais relevantes de sucesso apontados foram: bom conhecimento do mercado, boa estratégia de vendas, empresário com persistência e perseverança, além do aproveitamento das oportunidades do negócio.

O segundo instrumento identificou as causas que podem conduzir tanto ao sucesso como ao fracasso das empresas sob duas perspectivas: fatores relevantes na trajetória do empreendimento, cujas maiores médias foram atribuídas para o conhecimento do produto/mercado, o foco no negócio, a identificação de oportunidades, organização e adequação dos produtos; e fatores que o empreendedor acredita serem os mais importantes para o sucesso, cujas maiores médias foram atribuídas para a organização, o relacionamento entre os sócios, o conhecimento do mercado, o foco no negócio e a identificação de oportunidades.

Para Macedo e Boava (2008), a ação empreendedora tolera fracassos e erros, contudo, o empreendedor, para conseguir reconhecimento social, precisa apresentar resultados positivos na sua jornada. Os autores chegaram a essa conclusão por meio de uma pesquisa de natureza qualitativa e exploratória, orientados pela Teoria das Representações Sociais sobre o empreendedorismo junto aos mestrandos em Administração da Universidade Estadual de Londrina. Os dados coletados foram analisados à luz da técnica de pesquisa de análise de conteúdo.

Numa outra abordagem, o SEBRAE realizou pesquisa amostral nas 28 unidades da Federação, mais o Distrito Federal, cujo objetivo era identificar a causa das taxas de mortalidade das empresas de pequeno porte no Brasil e os fatores condicionantes.

A pesquisa foi realizada no início de 2004 com os proprietários das empresas constituídas em 2000, 2001 e 2002. O relatório da pesquisa aponta três fatores como condicionantes para o sucesso empresarial: 1) habilidades gerenciais; 2) capacidade empreendedora; 3) logística operacional, ou seja, as condições que, estando presentes na condução do empreendimento, contribuem para diminuir as causas de fracasso nas empresas (Tabela 2).

Tabela 2: Fatores condicionantes do sucesso empresarial.

CATEGORIAS	FATORES DE SUCESSO	PERCENTUAL E EMPRESÁRIOS	COMENTÁRIOS SOBRE OS FATORES DE SUCESSO
Habilidades Gerenciais	Bom conhecimento do mercado em que atua.	49%	Os dois fatores que integram as chamadas Habilidades Gerenciais refletem a preparação do empresário para interagir com o mercado em que atua e a competência para bem conduzir o seu negócio. Esses fatores foram considerados os mais importantes entre todas as indicações dos empresários.
	Boa estratégia de vendas	48%	
Capacidade Empreendedora	Criatividade do empresário.	31%	O segundo conjunto de fatores representa uma importante condicionante no sucesso do empresário, aqui reunidos na categoria de Capacidade Empreendedora , formando um grupo de atributos que destaca a criatividade, a perseverança e a coragem de assumir riscos no negócio. Reflete a disposição e a capacidade empresarial para comandar o empreendimento, permitindo, por meio de habilidades naturais, descobrir as melhores oportunidades de negócios, assumir os riscos [...].
	Aproveitamento das oportunidades de negócio.	29%	
	Empresário com perseverança.	29%	
	Capacidade de liderança	25%	
Logística Operacional	Escolha de um bom administrador.	31%	O terceiro conjunto de fatores determinantes do sucesso representa a Logística Operacional do empresário, fornecendo as bases para a criação, a sustentação e o crescimento da atividade empresarial. Reflete a capacidade do empresário de utilizar, de forma eficiente, alguns dos mais importantes fatores de produção utilizados na atividade empresarial, ou seja, capital, trabalho especializado e tecnologia.
	Uso de capital próprio	29%	
	Reinvestimento dos lucros na empresa.	23%	
	Acesso a novas tecnologias	17%	

Fonte: Adaptado com base nos dados do Relatório de Pesquisa SEBRAE (2004).

Os resultados obtidos pelo SEBRAE (2004) sobre as causas da mortalidade das empresas no Brasil foram diretamente atribuídas às falhas gerenciais na condução dos negócios e pelas causas econômicas conjunturais e tributação.

As falhas gerenciais, por sua vez, podem ser relacionadas à falta de planejamento na abertura do negócio, levando o empresário a não avaliar de forma correta, previamente, dados importantes para o sucesso do empreendimento, como a existência de concorrência, nas proximidades do ponto escolhido, a presença potencial de consumidores, dentre outros fatores.

Com o objetivo de mensurar a taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas e os fatores condicionantes da mesma, o Instituto Vox Populi realizou uma pesquisa quantitativa junto a uma amostra de 10.364 proprietários de MPEs, entre 25 de abril a 30 de junho de 2007 registradas nos anos de 2003, 2004 e 2005 no Cadastro Nacional das Pessoas Jurídicas (CNPJ) do Ministério da Fazenda.

As entrevistas foram realizadas por meio de visita pessoal, utilizando um questionário fechado. Os questionários foram distribuídos proporcionalmente por porte e setor de atividade econômica e com representatividade para cada um dos 26 estados mais o Distrito Federal. Depois de aplicados, os dados foram processados, utilizando-se o programa SPSS.

A pesquisa foi realizada em três etapas básicas: i) busca das empresas sorteadas na amostral; ii) aplicação de entrevista pessoal com proprietários individuais ou sócios localizados e iii) digitação, processamento, análise e apresentação dos resultados conclusivos do estudo.

Entre os fatores de sucessos apontados pelos entrevistados, em ordem decrescente, aparecem: i) a capacidade empreendedora, representada pela perseverança, pela criatividade, pelo aproveitamento de oportunidades e pela capacidade do empreendedor; ii) a logística operacional, como o uso do capital próprio e o acesso a novas tecnologias e, iii) as habilidades gerenciais.

No entanto, para os fatores de insucesso, a ordem foi invertida, ficando em primeiro lugar a logística operacional, seguida pela capacidade empreendedora e as habilidades gerenciais.

2.6 A teoria da atribuição de causalidade.

Para Coleta (1982), naturalmente as pessoas procuram compreender o contexto em que vivem, os fatos que ocorrem ao seu redor e, ao mesmo tempo, tentam explicá-los, atribuindo-lhes determinadas causas.

A partir da publicação dos seus artigos em 1944, denominado *Social perception and phenomenal causality* e *The psychology of interpersonal relations* em 1946 um artigo de cinco páginas, foi possível o aprofundamento e a fusão dessas ideias iniciais, formulando princípios e postulados explicativos de um modelo cognitivo em psicologia social, organizados no livro *The psychology of interpersonal relations* em 1958.

O livro *The psychology of interpersonal relations* foi traduzido em 1970 sob o título: Psicologia das relações interpessoais, por Dante Moreira Leite. O livro procurava analisar a capacidade natural do ser humano, em encontrar elos entre os eventos causais e seus efeitos (COLETA, 1982). Para Sanábio (2001), a compreensão apurada desses elos poderá possibilitar a previsão, controle e modificações de comportamentos futuros.

Para Heider (1970), o ser humano tem a necessidade de atribuir causas a todo e qualquer tipo de evento ocorrido ou observado, aproveitando também para explicá-los e relacioná-los ao ambiente e às pessoas.

O autor apoiou suas observações sobre o senso comum, propondo uma abordagem denominada "*naive analysis of action*" ou psicologia ingênua da ação.

De acordo com essa abordagem,

o homem deseja conhecer as fontes de suas experiências, saber de onde vem, saber como surgem, não apenas por curiosidade intelectual, mas também porque essa atribuição lhe supõe que os próprios homens conhecem-se o bastante para compreender o seu mundo, predizer e controlar acontecimentos referentes a ele e aos outros (HEIDER, 1970, p. 169).

A Psicologia ingênua de Heider (1970) acredita no autoconhecimento do sujeito suficiente para compreender e, até mesmo, explicar suas relações com outras pessoas. Coleta (1982) critica a psicologia ingênua de Heider pela aparente superficialidade das afirmações, “mas que de fato escondem uma profundidade e uma condensação de informações difíceis de serem alcançadas.”

Dentre os estudos acerca da percepção social e as relações interpessoais contidos nos textos de 1944, 1946 e 1958, um mereceu dedicação de Heider: a que causas as pessoas atribuem os fatos que observam ou vivenciam (COLETA, 1982). Para Heider (1970), os homens busariam sempre motivação para compreender a origem dos fenômenos e poder controlá-los.

A atribuição de causalidade, ou seja, a busca de explicações acerca do porquê das ocorrências, seria um elemento poderoso ao ser humano para que pudesse compreender e controlar o seu comportamento, o de seu semelhante e o seu próprio mundo.

De acordo com Heider (1970), as pessoas tendem a procurar invariâncias entre causas e efeitos e suas respectivas correlações. Os indivíduos procuram o que é mais essencial ou subjacente aos fenômenos do mundo material e social, isto é, as causas do mesmo. As propriedades invariantes são: as partes ou características do ambiente, dadas direta e fenomenalmente, e para as quais se dirige a percepção (ou ação), são aquelas que em si mesmas, mostram não-variância, isto é, não mudam muito em suas propriedades (HEIDER, 1970).

Heider (1970) estabeleceu diferenças para essas propriedades invariantes utilizadas como causas nas explicações em situações de realizações, chamando-as de causas internas e causas externas.

Para Heider (1970), a causalidade pessoal ou causalidade interna é a atribuição interna ao indivíduo envolvido diretamente com a ação. Para Coleta (1982) caracteriza-se pela percepção da intencionalidade do sujeito para ocorrência daquela ação, da equifinalidade, isto é, o desejo de alcançar um determinado objetivo, mesmo que possam utilizar alternativas diferentes.

A causalidade pessoal tem origens em duas fontes distintas:

- a) as características estáveis do indivíduo, suas habilidades; suas capacidades (ser capaz), suas motivações, seu esforço e a intenção de realizar algo (HEIDER, 1970).
- b) as suas necessidades do momento, suas motivações (tentar), seu esforço, seu empenho em conseguir aquele feito (HEIDER, 1970).

Quando ocorre a percepção de que a causa da ação do sujeito não é originada por ele, ou seja, de que não houve uma intenção, já que a ação foi determinada por forças ambientais, sociais, culturais externas ao indivíduo em situação de dificuldades ou de facilidades encontradas no ambiente, pelas ocorrências devidas ao acaso ou pelos eventos meramente fortuitos a fatores mais variáveis

do ambiente, configuram-se, a causalidade impessoal ou, causalidade externa (COLETA, 1982).

Heider (1970) contribuiu também com a teoria da atribuição de causalidade, diferenciando o “poder”, “ser capaz” e “tentar”, “esforçar-se”. O “poder” corresponde às habilidades do indivíduo para desenvolver uma tarefa, dadas as condições adversas do ambiente ou ainda da incapacidade diante das facilidades (COLETA, 1982).

O “tentar” envolve a intenção do esforço do indivíduo. O quanto ele deseja fazer aquilo, o quanto se esforça, o quanto se dedica para realizá-lo. É imperativo o envolvimento pessoal, e o esforço indica a intensidade necessária empregada na ação (COLETA, 1982)

Heider (1970) ainda propõe cinco momentos diferentes e sucessivos nos quais a atribuição à pessoa diminui progressivamente, enquanto a atribuição ao ambiente aumenta.

O primeiro momento, o nível mais primitivo, a responsabilidade do indivíduo é associada a qualquer efeito que esteja direta ou indiretamente de alguma forma ligada a ele. O segundo momento é o engajamento do indivíduo. Ele é avaliado pelo efeito da sua ação e não por sua intenção. O terceiro é a previsibilidade. A pessoa é responsabilizada, direta e indiretamente, por qualquer pós-efeito que pudesse prever, mesmo que não fizesse parte do seu objetivo. O quarto momento

é aquele em que o indivíduo é responsabilizado pela sua intencionalidade, ou seja, ele é responsável por dado efeito em função de ter demonstrado intenção de que ele ocorresse e, por último a justificabilidade, caracterizada pelo fato de os motivos que levam o sujeito a executar o ato não serem inteiramente seus, na medida em que decorrem da ação do meio exterior sobre ele (HEIDER, 1970).

De acordo com Coleta (1982), esses níveis só podem ser avaliados após o diagnóstico dos fatores que influenciaram na ocorrência da ação e a ponderação a respeito dos que não atuaram.

Os princípios propostos por Heider e, mais especificamente, a distinção entre causalidade pessoal e impessoal e entre “ser capaz” e o “tentar” exercem significativa influência nas investigações posteriores realizadas no campo da atribuição de causalidade (SANÁBIO, 2001).

2.7 A teoria motivacional e realização de Weiner

Essa teoria desenvolve uma explicação do sucesso e do fracasso nas situações de realização, destacando a importância das atribuições de causalidade em situações de realização.

No início da década de 1970, o Professor Bernard Weiner, PhD em Psicologia da Universidade da Califórnia em Los Angeles – EUA, e colaboradores, baseando-se nas ideias de Heider (1970), propuseram um modelo de atribuição voltado ao sucesso e ao fracasso. Para Coleta (1982), o modelo é capaz de explicar o processo motivacional, mesmo apresentando um forte fundamento empírico.

Weiner (1972) categorizaram quatro fatores causais distintos para julgar, antecipar, prever, interpretar um evento envolvendo realização:

- a) capacidade ou habilidade de realizar uma tarefa, compreendendo também a percepção de sucesso ou fracasso em tarefas passadas ou semelhantes.
- b) esforço. Esse fator está diretamente relacionado com a persistência, dedicação e determinação que a pessoa emprega para realizar a tarefa.
- c) dificuldade da tarefa ou a facilidade encontrada no ambiente. Esse fator sofre interferência direta das normas sociais (SANÁBIO, 2001). As normas sociais rotulam as tarefas de fácil ou difícil realização. Para Weiner (1972), se muitos obtêm sucesso essa tarefa é considerada fácil, e se poucos conseguem é considerada difícil.
- d) sorte/acaso. Para Weiner (1972), atua simplesmente como um fator casual.

Para Weiner (1972), devido às inúmeras causas possíveis e imagináveis para compreender e explicar o sucesso ou o fracasso em uma determinada tarefa, era imprescindível estabelecer uma classificação ou taxonomia para elas. Nesse sentido, a primeira dimensão atribucional foi por ele nomeada de “*locus da*

causalidade”. Em outras palavras, é a percepção do *locus* de controle de causa do evento.

De acordo com Weiner (1972), essa dimensão foi dividida em dois vértices; um trata de acreditar que a causa para um evento particular e único vivido por ela está dentro de si (*locus* interno) ou fora da pessoa (*locus* externo).

Para Weiner (1972), os fatores, capacidade ou habilidade e esforço são internos (dependem das pessoas). Enquanto que dificuldade da tarefa e sorte ou acaso são fatores externos, isto é, dependem de forças externas ao indivíduo.

Weiner (1972) notou que algumas pessoas percebiam as causas variando e outras continuavam, constantes ao longo do tempo. Citou, como exemplo, que a habilidade, ao contrário do esforço e do humor, é normalmente percebida como algo constante, que muda pouco a cada situação ou período de tempo. Aproveitando essas observações, fizeram a proposta de uma segunda dimensão.

Essa segunda dimensão recebeu o nome de “grau de estabilidade da causa” e, também, foi dividida em dois vértices: um estável e o outro instável. Weiner (1972) considerou o grau de estabilidade como expectativa de ocorrência futura de causas, logo percebidas perdurando no horizonte temporal e permanecendo relativamente constantes ou variáveis ao longo desse horizonte.

Para Coleta (1982), o esforço é percebido como instável. Pode despende mais ou menos esforço de acordo com a atividade. A capacidade ou habilidade é percebida como estável por ser propriedade disposicional do indivíduo. Já o nível de dificuldade da tarefa é percebido como uma causa estável. O acaso pode variar dependendo da situação, sendo considerado, então, instável (COLETA, 1982).

Assim, para Weiner (1986) se um atleta atribui um resultado a sua habilidade, essa causa seria classificada no vértice estável, considerando que a habilidade é constante e persistirá ao longo do tempo. Mas, se a causa atribuída for o esforço, possivelmente não se pode dizer o mesmo, considerando que o esforço não é estável, e, sim, temporário.

Uma vez definidas as duas dimensões, Weiner (1972) estabeleceu o primeiro modelo atribucional da motivação. Outras considerações foram feitas pelos autores nesse primeiro modelo de atribuição, como, por exemplo, o sucesso ser atribuído com mais frequência a fatores internos, e o fracasso, a fatores externos.

Para Weiner (1972), a habilidade é mais provável de ser a causa atribuída quando o indivíduo obtém sucesso em uma tarefa em que a maioria das pessoas, diversas vezes, fracassou.

De acordo com Coleta (1982) e Sá (2009), esse modelo bidimensional da teoria da atribuição, ao mesmo tempo que foi alvo de muitos estudos, acabou, também,

sofrendo críticas e importantes alterações que permitiram Weiner (1979) criar a terceira dimensão atribucional, inicialmente denominada de intencionalidade e, posteriormente, chamada de “controlabilidade da causa”.

Assim como nas outras duas dimensões atribucionais, Weiner (1979) também considerou dois vértices: controlável e incontrolável. A controlabilidade ou incontrolabilidade, de acordo com Weiner (1979), é a capacidade (percepção) de o indivíduo atuar sobre a causa de um evento, que está sob o controle ou fora do controle da vontade do sujeito. Diz respeito, portanto, ao quanto o indivíduo, que vivencia uma situação poder, por iniciativa própria, modificar ou não a causa.

Nesse sentido, Coleta (1982) concorda com Weiner (1979) considerando o esforço como controlável (dependente da vontade do indivíduo), enquanto a habilidade, a dificuldade e a sorte não seriam passíveis de mudanças por vontade do sujeito, portanto, incontroláveis.

2.7.1 Os vieses atribucionais

As distorções no processo de atribuição causal, muitas vezes decorrentes de aspectos cognitivos limitantes, que se desviam das regras gerais, segundo Coleta (1982) e Sanábio (2001), foram denominados por Weiner (1986) de vieses atribucionais ou motivações pessoais.

De acordo com Sanábio (2001), entre os principais vieses atribucionais pesquisados pelos teóricos da atribuição, encontram-se a “tendência autosservidora ou egotismo”. Para Sanábio (2001), esse viés consiste na tendência de o indivíduo atribuir responsabilidade a si próprio, a suas características, a sua capacidade ou ao seu esforço em eventos considerados de sucesso. Embora, quando o outro obtém sucesso, este é atribuído a variáveis externas e, quando enfrentam situações de fracasso, associam a fatores internos.

Assim, para Coleta (1982), as pessoas procuram e esperam o sucesso mais do que o fracasso, e são mais motivadas a fazerem autoatribuições para resultados esperados do que para os inesperados. Coleta (1982) ainda chama atenção para uma condição necessária para a manifestação do egotismo, que é a certeza de que a pessoa não será desmentida por interpretações de terceiros ou de ser contradito em situações futuras, quando, em situações passadas, se comportou de maneira diferente.

O viés “erro fundamental de atribuição” tem suas origens em uma afirmação de Heider que acreditava que mudanças ocorridas no ambiente, muitas vezes influenciadas por ação dos indivíduos, mas, combinadas com outros fatores, têm uma tendência em atribuir as mudanças inteiramente às pessoas. (COLETA, 1982).

Esse viés caracteriza a tendência da pessoa de supervalorizar o papel dos fatores pessoais e, ao mesmo tempo, desprezar os impactos dos fatores externos (COLETA, 1982). Dessa forma, as pessoas agem como se tivessem a liberdade da livre escolha e como se os fatores ambientais não exercessem nenhuma influência sobre o seu comportamento.

Sanábio (2001), apoiada na teoria da motivação e realização de Weiner (1986), investigou, em caráter exploratório, a contribuição das atribuições causais fornecidas pelos empreendedores, gerentes e universitários em situações de sucesso e insucesso no município de Juiz de Fora (MG).

Participaram da pesquisa noventa universitários na faixa etária de 17 a 25 anos, oitenta e oito gerentes atuando em diversos ramos de atividade com idade entre dezessete e setenta e cinco anos e noventa empreendedores de qualquer ramo de atividade independente do tempo de existência e do número de funcionários, ou seja, da classificação do porte da empresa.

Para cada participante independente do subgrupo (universitários, gerentes ou empreendedores), foi apresentada uma situação hipotética, que descrevia um indivíduo (Pedro) de 39 anos, caracterizado como empreendedor ou gerente, que havia obtido sucesso ou fracasso nas suas atividades profissionais. As quatro situações hipotéticas apresentadas foram:

- a) Empreendedor de sucesso;
- b) Gerente de sucesso;

- c) Empreendedor de insucesso;
- d) Gerente de sucesso.

Os resultados encontrados na pesquisa revelaram a importância e a valorização atribuídas às causas internas nas explicações para o sucesso de um empreendimento, independentemente de serem empreendedores, gerentes ou estudantes. Para Sanábio (2001), o resultado evidencia a confiança na capacidade e esforço pessoal como condições fundamentais para o sucesso do negócio. Para esses empreendedores, as causas externas ou impessoais, associadas à dificuldade da tarefa, não foram consideradas importantes na determinação do desempenho empresarial.

Os participantes desse estudo tenderam a apresentar a ideia de que ser empreendedor de sucesso ou insucesso não depende tão somente do indivíduo possuir ou não determinadas características pessoais, como capacidade e competência para o mercado, criatividade, etc., mas, também, associada à energia empregada para realizar algo, ou seja, a intensidade do esforço para obtenção do sucesso do negócio.

No entanto, esses mesmos indivíduos consideraram de menor importância as causas externas associadas às dificuldades de realizar a tarefa, na determinação do desempenho empresarial.

De acordo com Sanábio (2001), as explicações para o insucesso de um empreendimento foram atribuídas aos fatores situacionais, ou seja, aqueles externos ao empreendedor, como, por exemplo, a pirataria do mercado concorrente, a rotatividade da mão de obra, a inexperiência da equipe, a tecnologia incompatível com o mercado e o fato de o negócio ser incompatível com os desejos do consumidor.

Para Sanábio (2001), a opção por causas internas para explicar o desempenho dos empreendedores pode estar sofrendo influências do viés atribucional “erro fundamental de atribuição”, ou seja, as pessoas têm uma tendência de supervalorizar os aspectos disposicionais em detrimento dos situacionais.

Para Coleta (1982), esse viés pode ser explicado pelo fato de que, aos olhos de um observador, as evidências percebidas pelo sujeito, diretamente envolvido na situação, são infinitamente superiores. As evidências percebidas do meio ambiente, possivelmente limitadas por ele, são desconsideradas em função do protagonismo do sujeito diretamente implicado. É possível que os resultados do estudo tenham sofrido influência pela interpretação dessa lógica.

Maior preferência pelas causas internas foi verificada nos empreendedores do que nos gerentes. Uma explicação possível pode estar ligada a uma responsabilidade maior pelo sucesso assumida pelos os empreendedores (SANÁBIO, 2001).

Para o melhor esclarecimento do comportamento empreendedor, a autora propõe algumas sugestões, como a realização de outras pesquisas, utilizando outros instrumentos de mensuração que pudessem ser comparados com os resultados encontrados nesta pesquisa para verificar a ausência de diferenças na internalidade de empreendedores e não empreendedores e aprofundar os estudos acerca da crença de que os indivíduos têm a respeito do fator sorte na definição de empreendedorismo.

2.7.2 Questão de pesquisa

Diante do que foi apresentado com relação ao empreendedorismo e aos empreendedores, principalmente, os proprietários de micro e pequenos negócios brasileiros, a respeito do reconhecimento da importância desse segmento para o desenvolvimento econômico e social do Brasil, muitas questões ainda permanecem sobre o sucesso e o fracasso das empresas brasileiras e sobre o papel das características pessoais e das competências no empreendedorismo.

A discussão dos pressupostos da origem à formulação das questões de pesquisa que orientaram a investigação foram as seguintes:

1. Quais as explicações causais atribuídas por empreendedores ao seu sucesso empresarial?

2. Quais as explicações causais atribuídas por empreendedores ao fracasso com suas atividades empresariais?

CAPÍTULO II

3. MÉTODOS

A análise de conteúdo, segundo Bardin (2004), nada mais é do que um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens.

De acordo com Minayo (2007), uma pesquisa qualitativa não poderá se basear no critério numérico para garantir representatividade. A boa amostra é a que possibilita abranger a totalidade da investigação em suas múltiplas dimensões.

Os estudos descritivos podem abordar aspectos diversificados de uma sociedade. Nesse sentido, são considerados como objeto de estudo uma situação específica de um grupo ou um indivíduo. Para Minayo (2007), o estudo qualitativo busca apreender a totalidade coletada para atingir o conhecimento de um fenômeno, que é significativo em sua singularidade.

Nesse sentido, Richardson (1999) define esses estudos como de natureza descritiva. Para ele o método descritivo permitir analisar e identificar as características dos fenômenos, ordenando-os e classificando-os.

Houve, no estudo, a preocupação de identificar relações de causalidade atribuídas pelos micro e pequenos empresários ao sucesso ou insucesso de suas atividades econômicas. Para aprofundar o conhecimento acerca dessas atribuições, optou-se por uma pesquisa qualitativa baseada no relato de empreendedores, que superaram obstáculos, persistiram e se estabeleceram fazendo com que seus negócios prosperassem num período mínimo de cinco anos, assim como no relato de empreendedores, que não obtiveram esse mesmo êxito empresarial.

Levando em consideração o conceito de empreendedorismo adotado por Sanábio (2001), os empreendedores são aqueles indivíduos que buscam atingir objetivos previamente determinados. Atingir os objetivos estabelecidos não é imperativo para a definição de empreendedor. Para a autora, o fato de não atingir os objetivos não os descaracteriza da condição de empreendedor. Nessas condições e, para efeito deste trabalho, aqueles indivíduos que fracassaram como empresários também serão denominados de empreendedores.

A escolha deste método foi feita a partir da constatação de que os fenômenos que emergem do relato dos respondentes, não podem ser explicados e compreendidos de forma isolada, dada a complexidade destas realidades e,

sobretudo, os aspectos subjetivos e contextuais, que permeiam suas experiências (NASSIF et al, 2004).

Com relação à dimensão temporal, o presente estudo foi classificado como transversal por representar um instantâneo de um determinado momento.

3.1 Participantes

3.1.1 Critérios de inclusão e exclusão

De acordo com Gil (2002), população e amostra são fundamentais, pois acumulam informações a respeito do universo a ser pesquisado, da extensão da amostra e da maneira como será selecionada. Para Richardson (1999), o universo ou a população são definidos, como o conjunto de elementos que possuem determinadas características, e amostra como qualquer subconjunto do conjunto universal ou da população.

Segundo os dados da Junta Comercial do Estado da Bahia - JUCEB (2010), no período de 2000 até 30/06/2009, o município de Juazeiro/BA possuía 4.771 empresas registradas, entre indústrias, serviços e comércio, em sua maioria, enquadradas como micros e pequenas empresas. (Anexo A).

A população das micro e pequenas empresas situadas em Juazeiro (BA), como as citadas anteriormente, selecionadas, em função do seu enquadramento e dos objetivos em investigar a atribuição de causalidade ao sucesso e ao insucesso pelos proprietários, constituiu o universo da pesquisa.

Para os objetivos deste trabalho, o primeiro critério utilizado para a seleção dos micro e pequenos empresários sujeitos da pesquisa, foi a utilização da classificação adotada pelo SEBRAE e pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apresentados na Tabela 3 a seguir.

Tabela 3: Classificação das empresas segundo seu porte.

INDÚSTRIA	
Micro	Com até 19 empregados
Pequena	De 20 a 99 empregados
Média	De 100 a 499 empregados
Grande	Mais de 500 empregados
COMÉRCIO	
Micro	Até 9 empregados
Pequena	De 10 a 49 empregados
Média	De 50 a 99 empregados
Grande	Mais de 100 empregados

Fonte: SEBRAE, (2004)

Os referidos institutos utilizam o critério do número de empregados para a classificação das empresas da indústria e do comércio segundo o porte.

Posteriormente à verificação do atendimento aos critérios conforme foram estabelecidos pelo SEBRAE e pelo IBGE foi observada a obrigatoriedade do participante ser o idealizador e proprietário do empreendimento.

O segundo critério utilizado para a seleção dos participantes foi a localização e a área de atuação dos empreendimentos. Foram selecionadas aquelas empresas de capital nacional sediadas no município de Juazeiro (BA), que estivessem explorando uma atividade econômica em qualquer setor, conforme enquadramento no Cadastro Geral de Empresas e devidamente registrada nos órgãos de cadastro e fiscalização oficiais.

Não fizeram parte do universo da pesquisa aqueles empreendimentos informais que atuam no mercado sem nenhum tipo de controle legal e registro nos órgãos competentes.

Para a seleção dos empreendedores proprietários de empresas consideradas de sucesso, foi levado em consideração também, o tempo mínimo de pelo menos cinco anos de existência formal. Para Dornelas (2007), esse critério visa identificar uma trajetória histórica, permitindo conhecer alguns elementos classificados como atributos do sucesso ou insucesso empresarial.

Ainda, de acordo com Dornelas (2007), cinco anos de atividade empresarial é o tempo de maturidade. Esse período indica que a empresa já ultrapassou as barreiras da sobrevivência empresarial, ou seja, a partir do investimento inicial e a

máxima necessidade de investimento, ou maior exposição de caixa, que deve ocorrer em média até o terceiro ano de atividade, sendo sucedido pelo primeiro fluxo de caixa positivo para atingir (em média) o quinto ano quando ocorrerá o ponto de equilíbrio financeiro.

Segundo dados do próprio SEBRAE, obtidos em uma pesquisa realizada em nível nacional, no ano de 2004, aproximadamente 40% das micro e pequenas empresas sobrevivem após seu quinto ano de existência. Esse índice de insucesso, conforme estabelece o próprio SEBRAE, pode estar relacionado à não verificação das condições do mercado, no sentido do estudo de suas oportunidades (BENEDETTI et al, 2005).

Outros pesquisadores também adotaram o mesmo critério do tempo mínimo de cinco anos na mesma atividade econômica, como parâmetro seletivo para a constituição do conjunto universo e as amostras nos seus estudos, entre eles, Kornijezuk (2004), com o objetivo principal de identificar o potencial empreendedor, dos proprietários das micro e pequenas empresas de diversos setores do Plano Piloto do Distrito Federal, e Benedetti et al (2005), com objetivo de identificar a presença da motivação a partir dos fatores ligados à necessidade de autorealização de cinquenta e oito empreendedores, que atuam no mercado, em setores como comércio e prestação de serviços, na região de Barueri (SP).

Inicialmente, foram realizados contatos com a Agência Regional do SEBRAE sediada em Juazeiro (BA) e com a JUCEB para conhecimento do universo das

MPEs registradas e atuantes no município. Essas organizações foram consultadas no primeiro momento, para indicação de empreendimentos que pudessem atender às condições exigidas na pesquisa.

Os outros participantes foram selecionados por meio da técnica “bola de neve”. A técnica consiste na indicação de outros participantes (BIERNACKI; WALDORF, 1981; BERNARD, 1995).

Nesse sentido, foram solicitadas indicações de outros empreendedores, os quais indicaram outros, repetindo o processo até a "terceira geração", tomando por base as MPEs levantadas junto ao SEBRAE e à JUCEB.

Foram realizadas, entre janeiro e julho de 2010, doze entrevistas com empreendedores proprietários de micro e pequenas empresas do município de Juazeiro (BA), sendo que duas foram utilizadas apenas para testar o questionário, e as outras dez foram utilizadas para análise.

Caso o empreendedor selecionado não atendesse aos critérios de tempo de negócio, número de colaboradores, classificação da empresa, área de atuação, registro formal e disponibilidade para participar da pesquisa, automaticamente era substituído por outro empreendedor selecionado, utilizando-se os mesmo critérios.

Os empreendedores podiam atuar, ou ter atuado, em qualquer dos segmentos econômicos: serviços (comércio, prestação de serviços, academias, escola de idiomas, bares, concessionárias, locadoras, locação de equipamentos, consultorias, assessorias, etc.), industriais e agropecuários (aquelas empresas, que desenvolvem suas atividades na zona rural do município).

Foram, ainda, recolhidas informações acerca do grau de instrução, idade, sexo, estado civil, ramo de negócio, tempo do negócio, número de colaboradores das empresas participantes e a naturalidade.

Outro aspecto considerado foi a acessibilidade do pesquisador ao sujeito da pesquisa, associando disponibilidade e boa vontade do participante em colaborar com o estudo. As entrevistas foram adequadas aos horários e aos locais determinados pelos empreendedores. Sendo assim, a delimitação da amostra, proporcionou uma análise apurada da percepção que os micro e pequenos empresários de Juazeiro (BA) têm do sucesso ou insucesso de seus empreendimentos.

3.2 Procedimentos (coleta) / instrumento(s) para a coleta

Na coleta dos dados, foi utilizado um questionário composto por dois blocos. O primeiro deles constituído de questões relacionadas à caracterização

sociodemográfica do entrevistado e outras relacionadas às características dos empreendimentos para a verificação das condições e do enquadramento como micro e pequena empresa (Apêndice A).

O levantamento das condições sociodemográficas dos participantes teve como objetivo permitir uma compreensão mais apurada do ambiente de atuação dos empreendedores, permitindo estabelecer relações entre essas condições, o perfil e as possíveis atribuições de causalidades ao sucesso ou insucesso de seus empreendimentos.

Em alguns casos, os entrevistados não compreenderam o objetivo das perguntas e acabavam fornecendo outras respostas. Nesses casos, as perguntas foram refeitas com outra estruturação para que pudesse compreender o sentido da pergunta.

A primeira questão do Apêndice B teve o objetivo de fazer com que o empresário falasse espontaneamente sobre o que considerava importante para o sucesso/insucesso do seu empreendimento. A intenção foi fazer com que o entrevistado relatasse experiências marcantes de sucesso/insucesso em sua trajetória, externando, também, as principais razões desse sucesso/insucesso.

A segunda questão procurou identificar uma ordem de importância dos fatores de sucesso/insucesso citados pelo entrevistado na questão anterior.

A questão seguinte teve o propósito de fazer com que o entrevistado identificasse características pessoais do comportamento empreendedor presentes nos indivíduos considerados por ele como empreendedores.

A última questão procurou identificar se o entrevistado estabelecia relação entre sua trajetória de vida e o sucesso/insucesso de seu empreendimento.

Foram feitas, inicialmente, duas entrevistas, uma com um empreendedor de uma empresa ativa e outra com um empreendedor de uma empresa com suas atividades encerradas (inativa). O objetivo foi validar os instrumentos de pesquisa com relação a sua aplicabilidade, utilidade e eficiência na coleta de informações, corrigir possíveis falhas e evitar problemas na aplicação definitiva dos questionários.

Com relação à validade dos instrumentos, Richardson (1999) indicam que a atenção a esse critério produz medições adequadas e precisas para chegar a conclusões corretas. Sendo assim, uma vez validado o instrumento, poderão ser aplicadas as descobertas de grupos semelhantes não incluídos em determinadas pesquisas.

Todas as entrevistas foram gravadas conforme anuência do empresário, transcritas na íntegra e submetida à apreciação dos sujeitos participantes. Somente depois da autorização do participante, os dados foram considerados apropriados para o estudo.

Como garantia de uso exclusivo para fins acadêmicos das informações coletadas, foi assinado um termo de compromisso de uso exclusivo pelo pesquisador e pelo pesquisado, dando ciência do Consentimento Livre e Esclarecido conforme estabelecido no Anexo B.

Para assegurar o anonimato e a confidencialidade dos nomes dos entrevistados, foi utilizado um código composto pelas letras Es para os empreendedores de sucesso, Ei para os de insucesso e por números de um a cinco, tanto para os Es quanto para os Ei. Por exemplo, Es1 Empreendedor de sucesso 1 e Ei2 empreendedor de insucesso 2. O questionário utilizado, na entrevista, encontra-se nos anexos 1 e 2.

3.3 Processamento e análise de dados

A análise dos dados permite estabelecer uma compreensão da relação existente entre os achados e os pressupostos da pesquisa, podendo confirmá-los ou não e ampliar o conhecimento sobre o assunto pesquisado, articulando-o com o contexto de que faz parte (MINAYO, 2007).

A coleta dos dados e sua análise na pesquisa qualitativa se desenvolvem simultaneamente num processo interativo, que permite ao pesquisador produzir achados confiáveis e verdadeiros (BARDIN, 2004). De acordo com a proposta da

autora, os procedimentos metodológicos da análise de conteúdo devem ser seguidos rigorosamente: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados.

As entrevistas gravadas foram transcritas para o aplicativo Word e anexadas ao Atlas/ti no formato rtf, condição exigida pelo software para edição do texto após o início da codificação (ou categorização) dos trechos.

Em seguida, os dados foram organizados e categorizados com o auxílio do *software* Atlas/ti, versão 6.0. O Atlas/ti foi desenvolvido no contexto de um projeto multidisciplinar (1989–1992) na Universidade Técnica de Berlin. Em alemão a sigla ATLAS refere-se à *Archiv fuer Technik, Lebenswelt und Alltagssprache* e pode ser traduzida por “arquivo para tecnologia, o mundo e a linguagem cotidiana”. A sigla “ti” significa *text interpretation*, ou interpretação de texto (BANDEIRA-DE-MELO; CUNHA, 2004).

As categorias foram construídas a partir da manifestação dos entrevistados e, com base na revisão da literatura. Foram criadas categorias e, para aquelas com maior densidade empírica, ou seja, maior frequência de ocorrência foram construídas relações e estabelecidas as propriedades. O propósito era dar vazão às variadas manifestações das entrevistas, relacionadas com as referidas categorias.

O Atlas/ti possibilitou também estabelecer relações entre as categorias e propriedades, por meio da geração de gráficos, além de permitir anexar a categoria às manifestações contidas em trechos retirados das entrevistas, os quais fundamentam o padrão emergente dos dados.

A análise dos resultados teve como critérios: a seleção das categorias de maior densidade e suas respectivas propriedades e o perfil sociodemográfico da amostra.

A construção dos gráficos, por meio do software, permitiu melhor visualização das relações emergentes; contudo, não substitui o papel do pesquisador. Sua sensibilidade e capacidade de interpretar e sistematizar os dados continuam imperando nos processos de análise e conclusão.

CAPÍTULO III

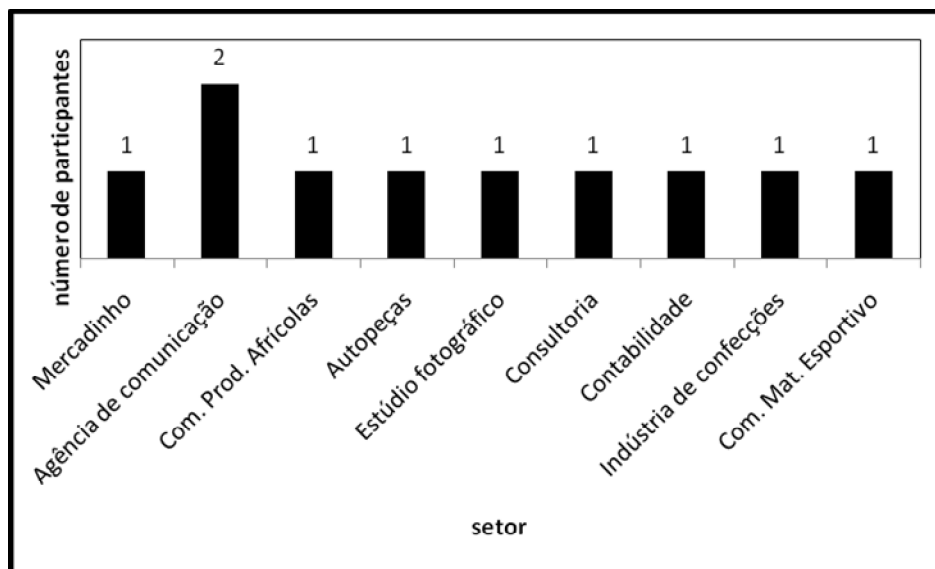
4. RESULTADOS

A seguir, é apresentada a descrição do perfil sociodemográfico de todos os participantes doravante denominados de Grupo geral (Gg). Na sequência, os dados dos grupos de Empreendedores de sucesso (Es) e os Empreendedores de insucesso (Ei).

4.1 Apresentação e características sociodemográficas dos participantes

a) Setor de atuação: Cada participante encontra-se distribuído de forma descentralizada e abrangente; apenas o setor de agência de comunicação tem uma participação destacada dos demais setores (Figura 3).

Figura 3: Número de participantes (grupo geral) atuando em cada setor de atividade.



As Figuras 4 e 5 a seguir, mostram a distribuição da atuação setorial por grupos de empreendedores Es e Ei.

Figura 4: Número de participantes do grupo Es atuando em cada setor de atividade.

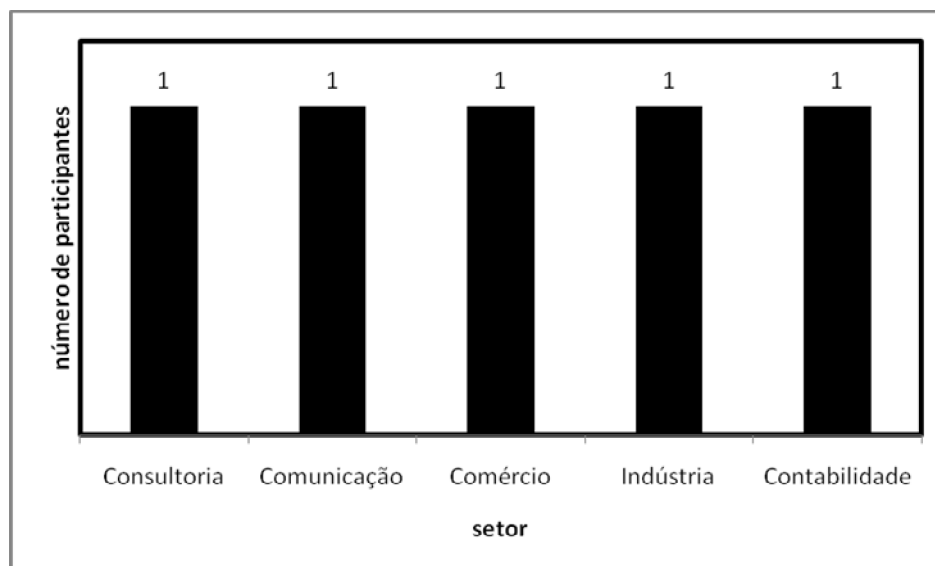
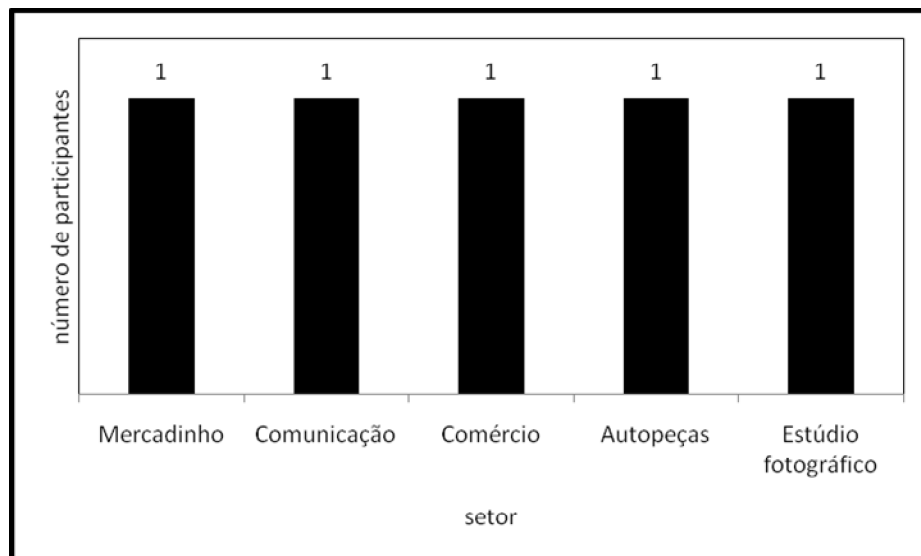
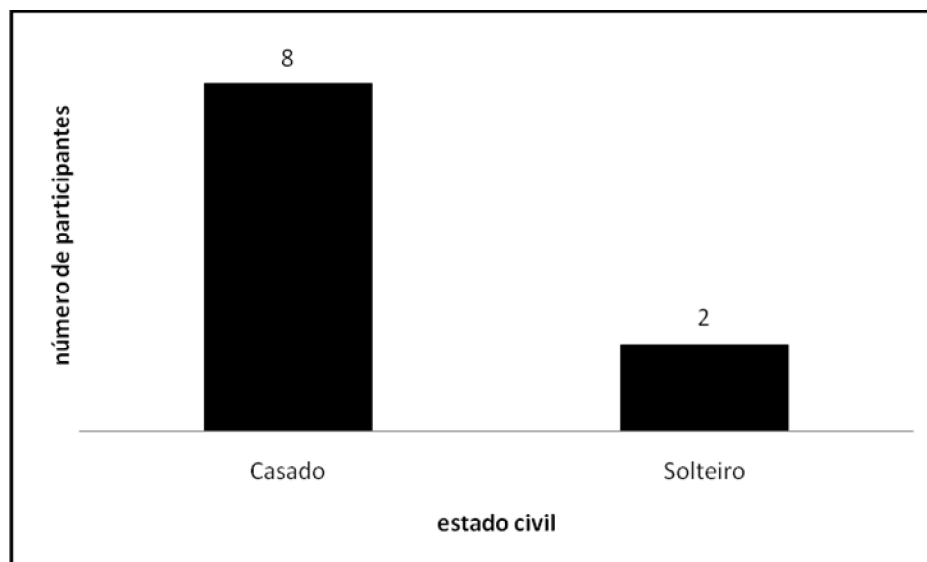


Figura 5: Número de participantes do grupo Ei atuando em cada setor de atividade.



b) Estado civil: A maioria dos entrevistados era casada, e mantinha uma relação estável com o cônjuge (Figura 6).

Figura 6: Estado civil dos participantes no grupo Gg.



O estado civil dos empreendedores no grupo Es difere do Gg com relação à situação conjugal, ou seja, se o indivíduo era casado ou solteiro. No Gg identificamos quatro participantes casados para um solteiro. No Es a relação foi de três casados para dois solteiros. No grupo Ei todos os participantes eram casados (Figuras 7 e 8).

Figura 7: Estado civil dos participantes do grupo Es.

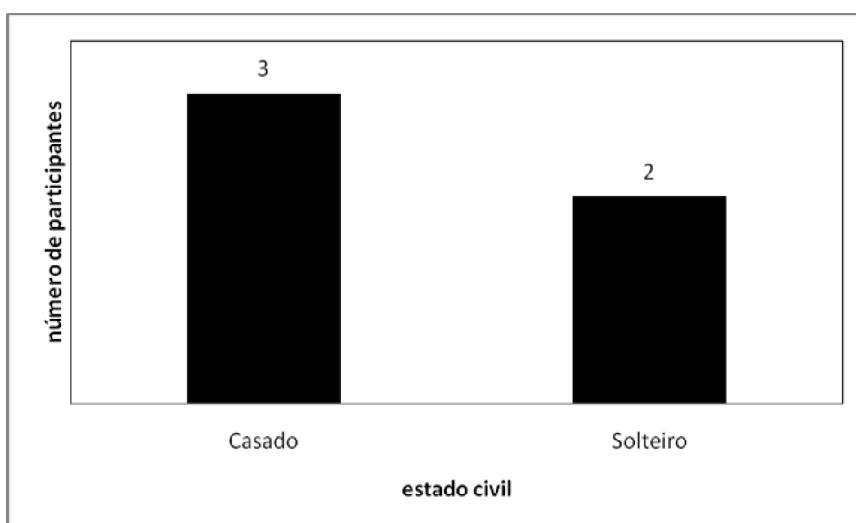
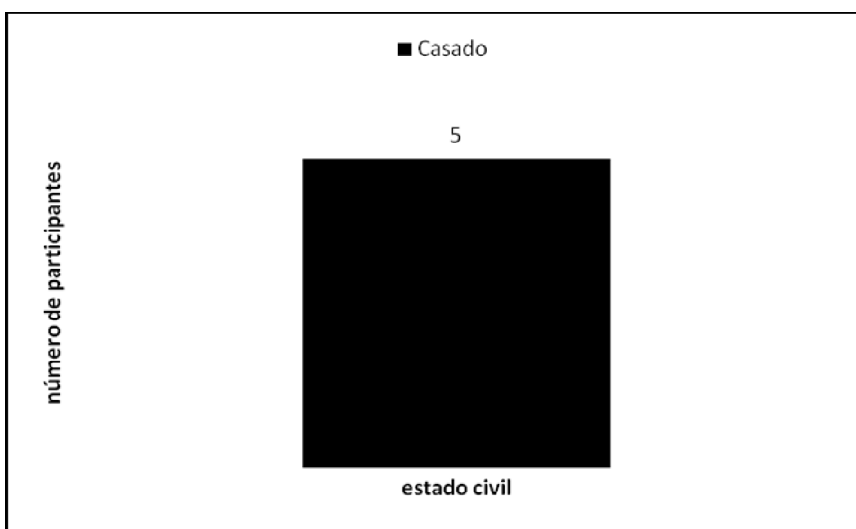


Figura 8: Estado civil dos participantes do grupo Ei.



c) **Sexo:** Com relação ao sexo dos participantes, 8 dos 10 participantes são do sexo masculino (Figura 9). Os dados analisados separadamente por grupo de empreendedores apresentaram a mesma distribuição (Figuras 10 e 11).

Figura 9: Sexo dos participantes no grupo Gg.

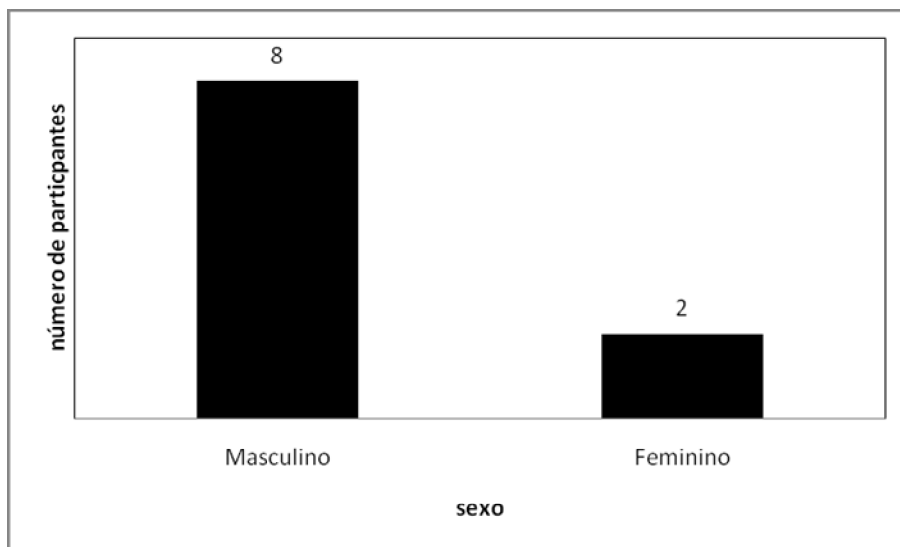


Figura 10: Sexo dos participantes no grupo Gg.

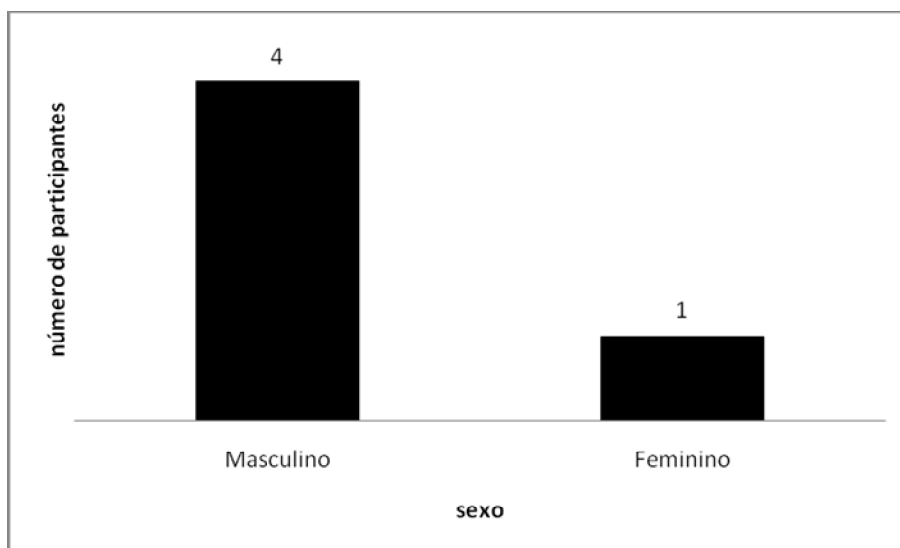
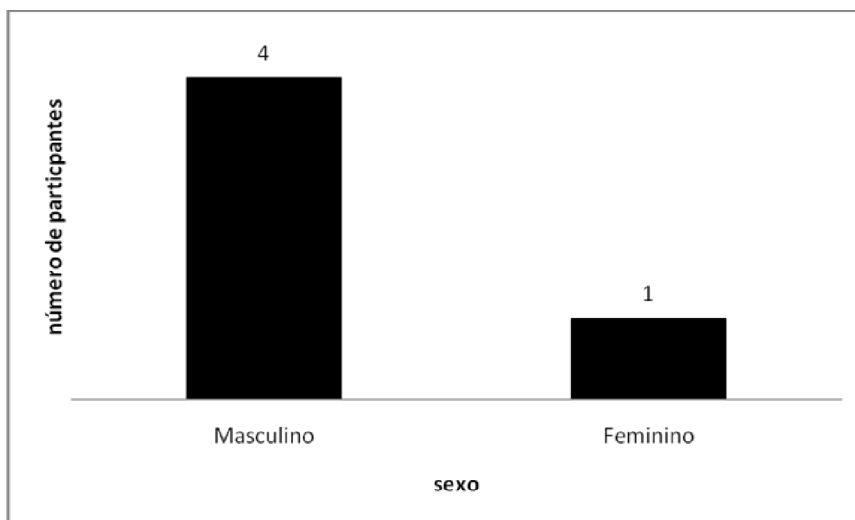


Figura 11: Sexo dos participantes no grupo Ei.



d) Naturalidade: A maioria dos participantes é natural de Juazeiro. Apenas três dos dez participantes migraram de outros municípios dos Estados da Bahia, Alagoas e Pernambuco (Figura 12).

Figura 12: Naturalidade dos participantes no grupo Gg.

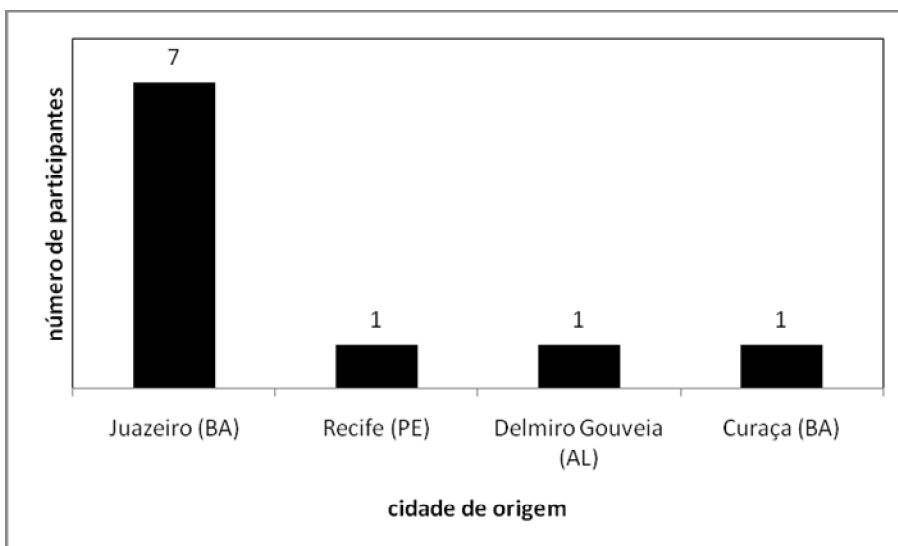


Figura 13: Naturalidade dos participantes no grupo Es.

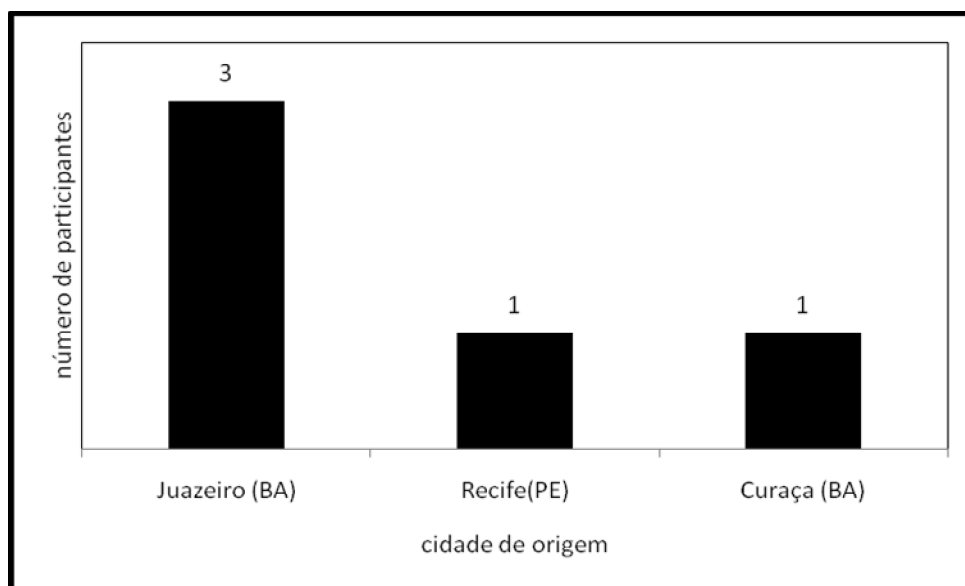
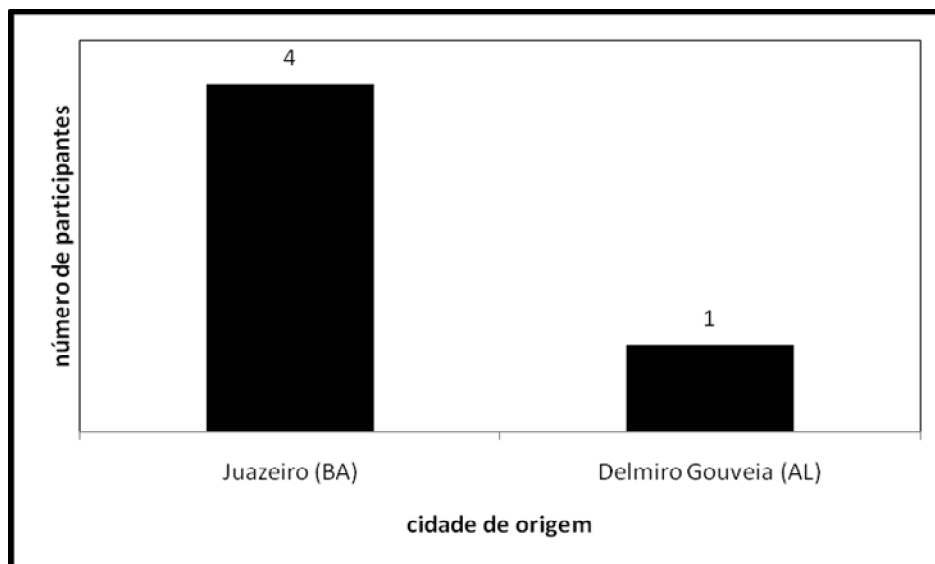


Figura 14: Naturalidade dos participantes no grupo Ei.



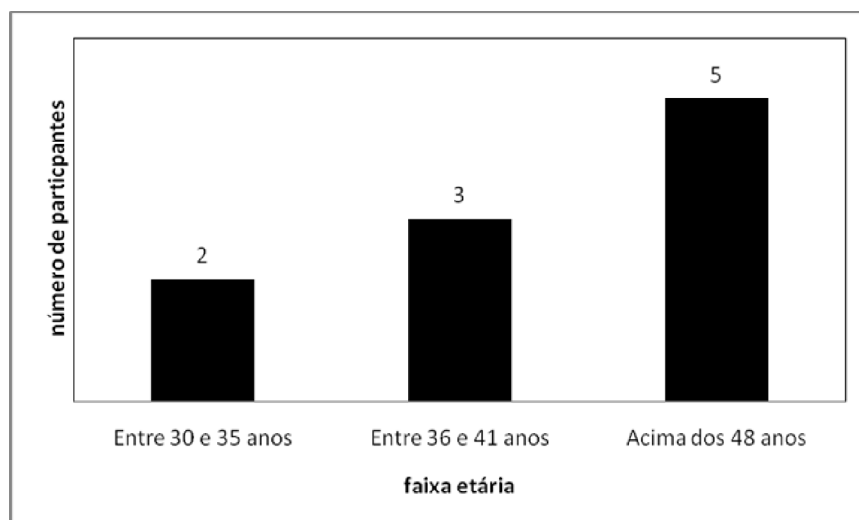
Os dados analisados separadamente mostram pequena diferença nos grupos de empreendedores com relação à sua origem. Pouco mais da metade do grupo Es

é natural de Juazeiro (BA) (Figura 13). No grupo Ei, quatro dos cinco participantes eram naturais de Juazeiro (BA) (Figura 14).

e) Idade: A faixa etária dos participantes foi distribuída em três subgrupos, o primeiro formado por empreendedores com faixa etária entre 30 e 35 anos O segundo subgrupo, formado por empreendedores com faixa etária entre 36 e 41 anos e o terceiro com aqueles com idade acima dos 48 anos. Embora no questionário (Apêndice A), tenha a opção na faixa etária entre 42 e 47 anos, ela não consta na figura 15, pois não havia no conjunto universo da pesquisa, empreendedor nessa faixa etária.

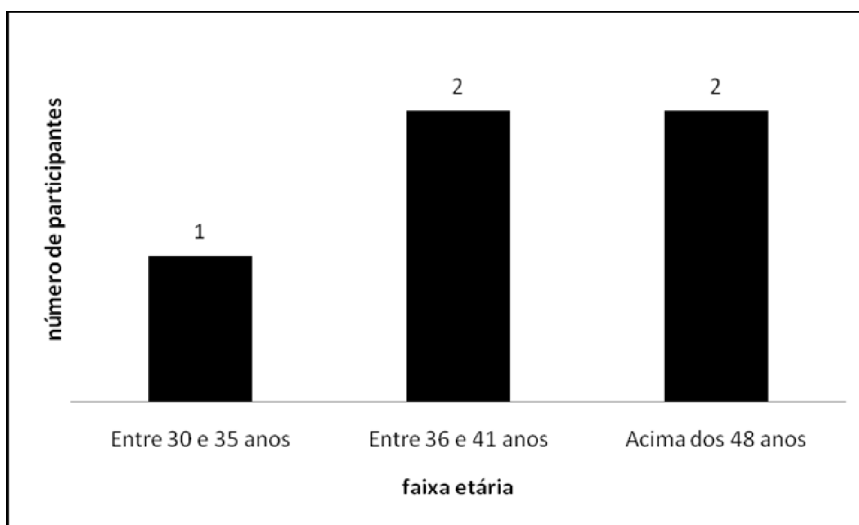
A metade dos participantes estava acima dos 48 anos de idade; a outra metade compreendeu os empreendedores na faixa etária entre 30 e 41 anos. A Figura 15 ilustra a participação das pessoas por faixa etária.

Figura 15: Faixa etária dos participantes no grupo Gg.



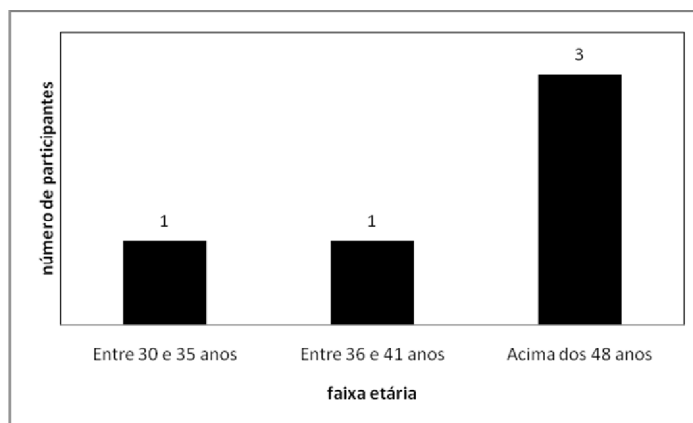
Os grupos de empreendedores Es e Ei apresentaram algumas divergências quando analisados em relação ao Gg. Para o grupo Es (Figura 16), a faixa etária acima dos 48 anos é menor do que o grupo Ei (Figura 17), no entanto, aquele grupo tem maior taxa de participação na faixa etária entre 36 e 41 anos.

Figura 16: Faixa etária dos participantes no grupo Es.



A faixa etária entre 30 e 35 anos, não apresentou diferença entre os grupos Es e Ei, mas com relação ao Gg, ambos apresentaram taxa menor.

Figura 17: Faixa etária dos participantes no grupo Ei.



Os empreendedores com idade acima dos 48 anos tiveram maior participação no grupo Ei (Figura 18). Esses empreendedores representaram 60% do grupo.

f) Grau de instrução: Com relação a esse item mais da metade da amostra tem curso superior ou pós-graduação; a outra parte possui o ensino médio completo, sendo que, desses, alguns iniciaram, mas não concluíram o ensino superior (Figura 18). Os dados analisados por grupos de empreendedores mostram diferenças do grau de instrução, tanto com relação ao grupo geral como entre os próprios grupos.

O grupo Es apresentou maior nível educacional dos participantes do que o grupo Ei (Figuras 19 e 20). O grau de instrução dos Es de nível superior e pós-graduado chega a ser o dobro dos Ei. No entanto, o número de empreendedores apenas com nível médio chega a ser o triplo no grupo Ei quando comparado com o Es.

Figura 18: Grau de instrução dos participantes no grupo Gg.

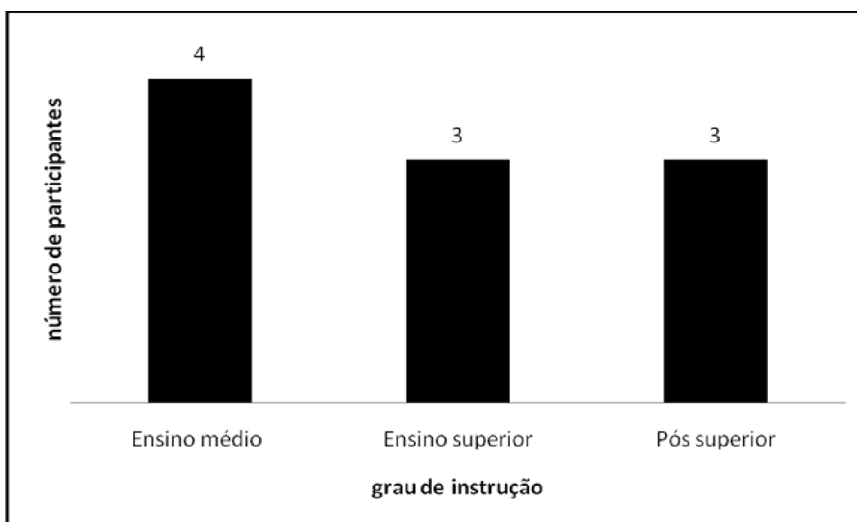


Figura 19: Grau de instrução dos participantes no grupo Es.

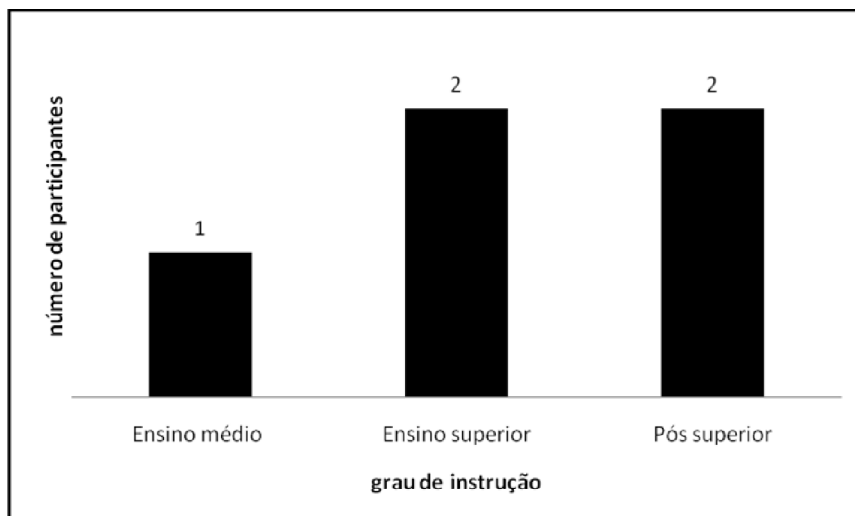
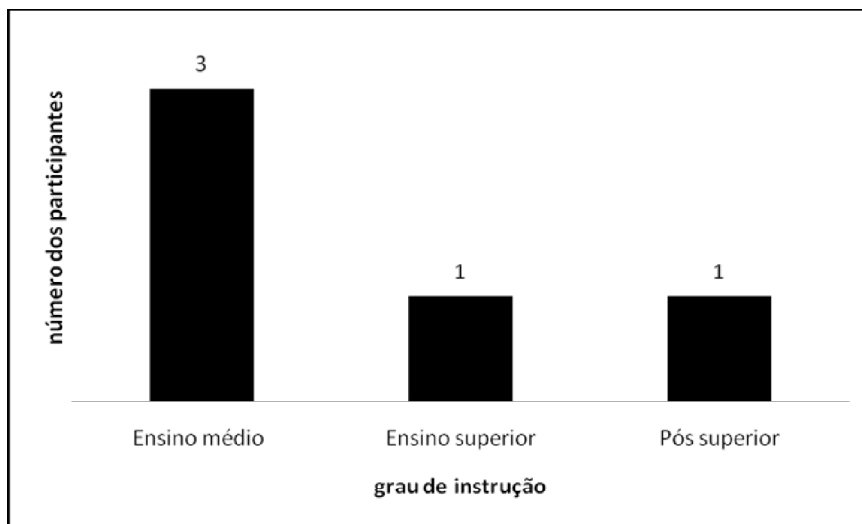


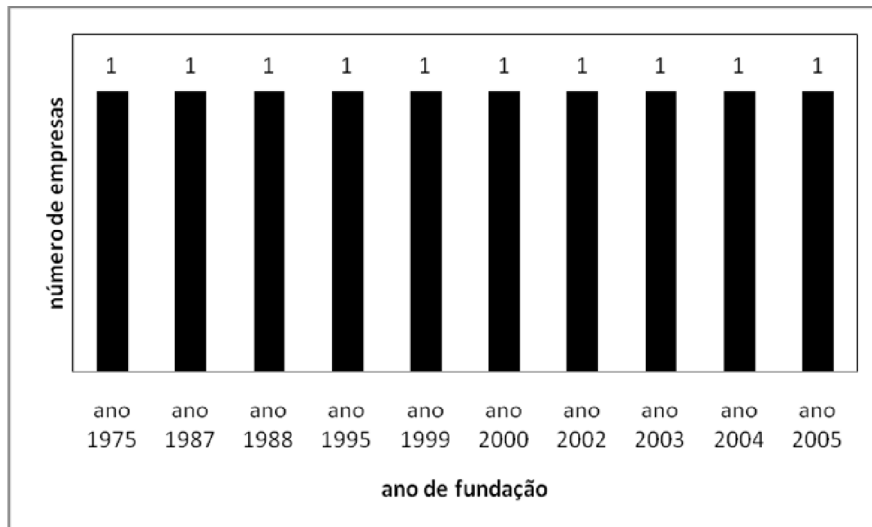
Figura 20: Grau de instrução dos participantes no grupo Ei.



g) Ano de registro da empresa: Os empreendedores participantes da pesquisa iniciaram suas atividades, formalmente, em anos diferentes (Figura 21). Considerando o ano de fundação das empresas e agrupando-os em décadas, observamos uma concentração de registros das atividades na década de 2000, equivalente à metade das empresas, ou seja, cinco empresas, seguida pelas

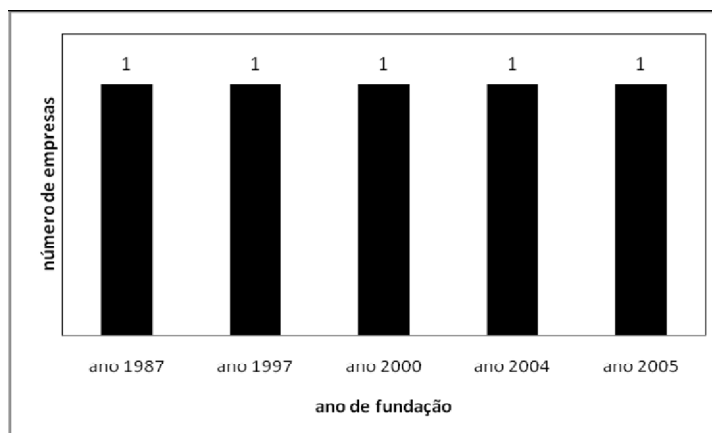
décadas de 1990 e 1980 com duas empresas cada uma e, uma empresa na década de 1970.

Figura 21: Início das atividades formais das empresas dos participantes do grupo Gg.



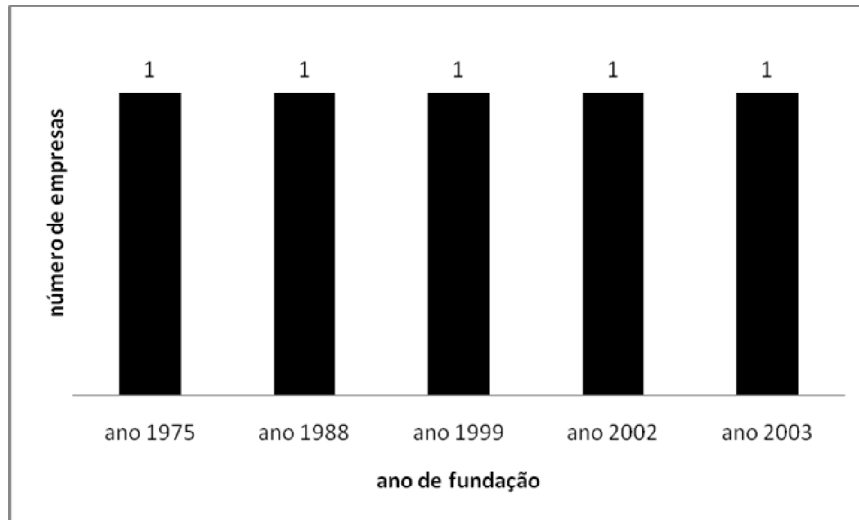
Para o grupo Es, a década de 2000 foi o horizonte temporal com maior frequência. A quantidade de empreendedores que iniciaram suas atividades nessa década e permanecem até os dias atuais, é superior às décadas de 1980 e 1990 juntas (Figura 22).

Figura 22: Início das atividades formais das empresas dos participantes do grupo Es.



40% dos empreendimentos de insucesso iniciaram suas atividades na década de 2000 (Figura 23). Essa participação é menor do que as participações nos grupos Gg e Es (50 e 60% respectivamente).

Figura 23: Início das atividades das empresas dos participantes do grupo Ei.



Nos itens que seguem, apresentaremos os resultados da análise de conteúdo das respostas ao segundo bloco do questionário, formado por quatro questões abertas semiestruturadas, referentes ao sucesso ou insucesso do empreendimento (Apêndice B).

4.2 Categorias obtidas: características e frequências por grupos de empreendedores.

A Tabela 4 reúne todas as categorias, que emergiram das entrevistas com os participantes do estudo a partir das interações teoria-teoria, teoria-incidente e incidente-incidente e suas comparações. Layder (1988) refere-se a essas interações como a construção de categorias a partir do referencial teórico revisado, do confronto das teorias com os dados encontrados, e desses entre si, uma vez que essas categorias não tenham sido contempladas pela literatura revisada e que tenham emergido das falas.

Esta metodologia foi utilizada por Kovacs (2009) que desenvolveu pesquisas com o objetivo de investigar as características do processo de internacionalização de empresas nordestinas. Os procedimentos metodológicos foram fundamentados na teoria adaptativa de Layder (1988). A análise dos dados foi realizada por meio do método de comparação constante, com o auxílio do *software* ATLAS/ti.

O *software* ATLAS/ti busca, categoriza, organiza e registra interpretações. No entanto, o discernimento do pesquisador, seu envolvimento e sensibilidade teórica é que determinarão a consistência e a relevância dos resultados da pesquisa.

Os códigos são conceitos ou categorias gerados pelas interpretações do pesquisador. Sua referência é formada por dois números: o primeiro refere-se ao

número de citações ligadas ao código; e o segundo, ao número de códigos associados.

Para Bandeira-de-Melo e Cunha (2004), uma categoria representa um fenômeno e é definida em propriedades. As propriedades são códigos abstratos para permitir validação em outros casos e aumentar a capacidade de modificação da teoria. Os códigos existentes, ligados ao mesmo tema, podem vir a indicar a categoria em si ou manifestações de suas propriedades.

As categorias foram organizadas, em ordem decrescente de frequência de ocorrências e avaliadas nos três grupos de empreendedores (Tabela 4):

- a) grupo geral (Gg);
- b) grupo dos empreendedores de sucesso (Es) e,
- c) grupo dos empreendedores de insucesso (Ei).

Essa distribuição das categorias por grupos de empreendedores permitiu-nos fazer uma análise, tanto numa perspectiva geral dos entrevistados, como por grupo de empreendedores, além da verificação de concentração de determinadas categorias por grupo.

Tabela 4: Categorias emergentes nas entrevistas com empresários de sucesso e insucesso e frequência de ocorrência na amostra geral e em cada subconjunto da amostra

NÚMERO DAS CATEGORIAS	CATEGORIA	FREQUENCIA DE OCORRÊNCIA		
		GRUPO GERAL	EMPREENDEDOR DE SUCESSO	EMPREENDEDOR DE INSUCESSO
1	Influências	67	39	28
2	Conhecimento	41	21	16
3	Dificuldades	35	0	35
4	Capacidade	29	18	11
5	Persistência	25	18	7
6	Oportunidades	19	13	6
7	Afetividade	19	12	7
8	Vocação	15	7	8
9	Sorte	10	5	5
10	Propensão ao risco	9	1	8
11	Independência	8	6	2
12	Habilidades gerenciais	7	6	1
13	Inovação	7	6	1
14	Iniciativa	4	2	2
15	Necessidade de realização	4	3	1
16	Criatividade	3	3	0
17	Autoestima	2	2	0

Como podem ser observadas na Tabela 4, quatro categorias foram consideradas relevantes a partir das manifestações das entrevistas.

Essas quatro categorias destacam-se das demais. Juntas, correspondem a 56,3% das citações dos participantes. Dada a relevância dessas categorias para os

participantes dessa amostra, realizamos uma análise aprofundada delas, identificando subcategorias ou propriedades dessas categorias e relacionando a essas as manifestações identificadas.

a) As influências¹ sofridas pelos micro e pequenos empresários durante o processo empreendedor, considerando tanto aquelas estimuladoras e motivadoras, sejam elas de caráter familiar, como por exemplo, de parentes, ou de outras redes sociais, reconhecidas aqui como influências positivas, e, as influências negativas, inibidoras do processo.

Essa categoria apresentou maior frequência de ocorrência nas entrevistas. As respostas surgiram espontaneamente na fala dos entrevistados, principalmente na primeira questão do segundo bloco do questionário (Apêndice B), onde cada participante podia falar livremente de sua trajetória de vida; como sua origem, sua educação, seus laços e suas relações familiares, entre outros aspectos, como, por exemplo, as relações profissionais.

As diversas manifestações emergentes das entrevistas para expressar as influências advindas do ambiente externo, permitiram a criação de novas subcategorias ou propriedades e, para melhor clareza e compreensão das

¹Há uma diferença quantitativa entre a Tabela 5 e a Figura 24 com relação às ocorrências da categoria “influências”. A diferença ocorreu pelo fato de quatro citações dos empreendedores não terem ficado claras o suficiente para serem classificadas em uma das propriedades emergentes, ficando, portanto, numa classificação geral e contabilizada apenas como uma influência do ambiente externo.

propriedades, essas foram organizadas e sistematizadas em ordem decrescente de frequência (Tabela 5).

Na Tabela 5 procuramos esclarecer melhor as definições das propriedades e, de forma sucinta, as características principais de cada uma.

Tabela 5: Características e frequência das ocorrências das propriedades relacionadas à categoria “influências” nas entrevistas com os empreendedores de sucesso e insucesso

PROPRIEDADES	CARACTERÍSTICAS	FREQUÊNCIA		
		Gg	Es	Ei
Influências familiares positivas	Correspondem àquelas famílias ou membros dela, que encorajaram, incentivaram e serviram de modelo para a carreira empreendedora do participante.	20	15	5
Influências familiares negativas	Ao contrário do apoio estimulador do item anterior para a opção empreendedora, correspondem àquelas famílias ou membros dela, atuando de forma inibidora e até, às vezes, servindo de obstáculos.	12	8	4
Redes sociais e amigos	Grupo de pessoas, que se relacionaram durante um período, quer sejam, amigos, colegas de trabalho ou de estudos e ou outras pessoas, que, de certa maneira o influenciaram. Diferente da propriedade “influência familiar”, “redes sociais e amigos” atuou predominantemente como fator motivador do processo empreendedor.	18	13	5
Empreendedores	Indivíduos empreendedores proprietários de empresas onde os entrevistados trabalharam parentes empreendedores ou outras pessoas do convívio social. Por exemplo, expatidão, referências locais e sócios.	13	9	4

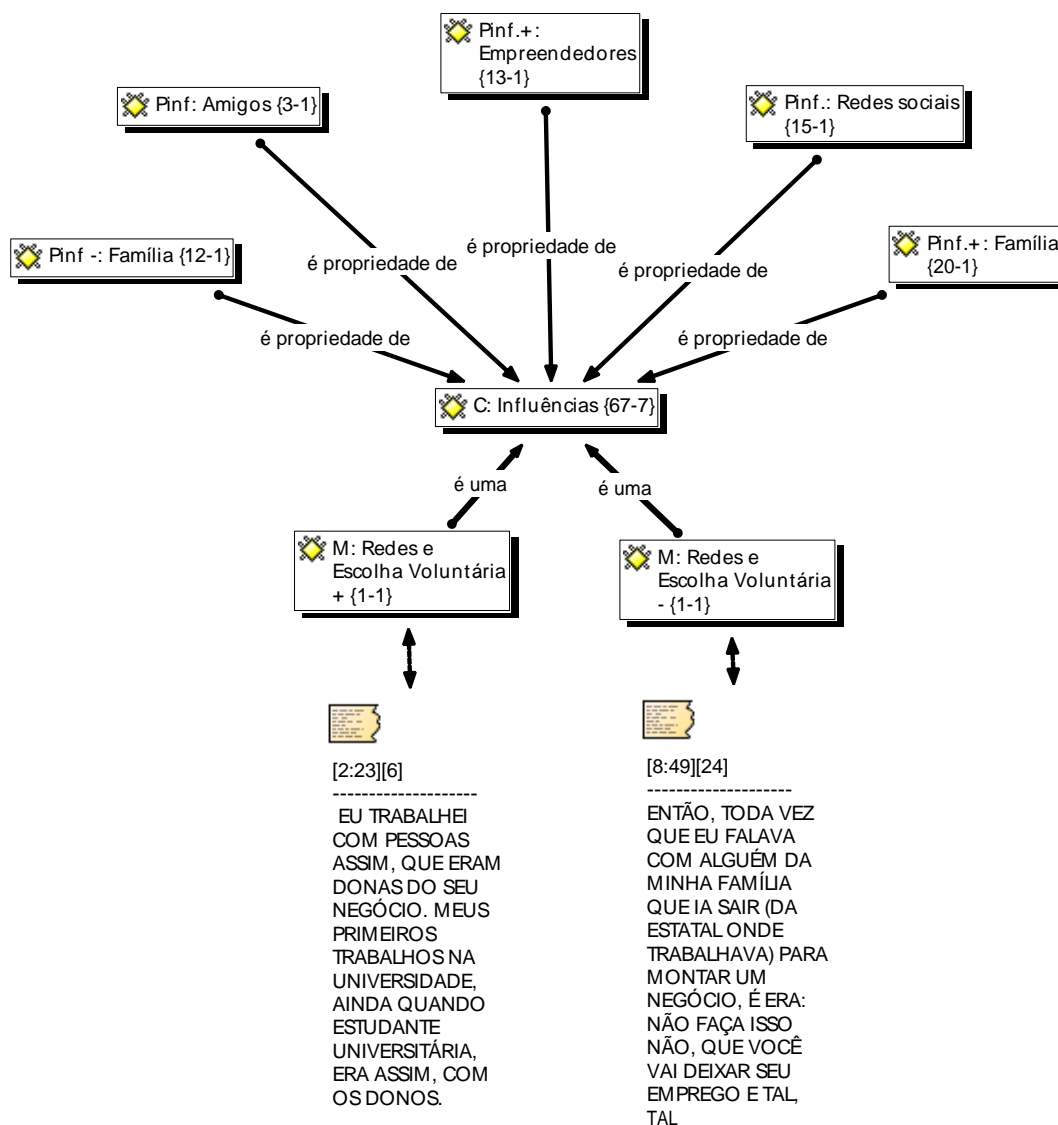
A propriedade “influência familiar”, nos dois grupos de empreendedores, manifestou-se de forma diferenciada. Embora não possamos testar estatisticamente, dado o baixo número de indivíduos pesquisados, os

empreendedores de sucesso citaram mais frequentemente que os empresários de insucesso a influencia familiar de forma positiva.

A Figura 24 apresenta a categoria “influências” (indicada pela letra C), suas propriedades (indicadas pela sigla Pinf) e as manifestações empíricas (indicada pela letra M) das categorias. Acerca das manifestações, elas estão referenciadas dentro de cada retângulo por dois números; o primeiro indica a quantidade de vezes citadas nas entrevistas e o segundo numero a quantidade de relações que mantem com as categorias.

As manifestações emergiram de duas maneiras: uma estimulando e motivando o indivíduo, são as manifestações positivas (M: Redes e escolhas voluntárias +) e a outra, inibindo e desencorajando-o, denominadas aqui de manifestações negativas (M: Redes e escolhas voluntárias) e a frequência de ocorrência dessas nas entrevistas.

Figura 24: Gráfico do Atlas/ti: As relações da categoria “influências” com suas propriedades.



Para o grupo Es, as influências advindas das relações familiares foram positivas e estimuladoras do processo. Nesses casos, os parentes parecem ter tido um papel fundamental na criação do empreendimento. Para o Es1, a função social

exercida, principalmente pela figura paterna na condição de empreendedor rural, foi muito importante, conforme sua própria fala.

Pensar na minha história de vida, não tem como deixar de pensar sobre a família. Sou filha de um criador rural e, como criador rural é essencialmente um empreendedor, é aquele que gerou o seu próprio posto de trabalho. Então quando eu pensei no empreendimento próprio, como empresária, de qualquer sorte, essa relação já estivesse escondidinha lá atrás.

Para o Es3, a influência foi positiva no aspecto da afetividade como foi dita em suas palavras.

Meu pai era um obstinado, era um homem que sabia como ninguém fazer de um limão, uma limonada. A alegria que ele tinha de viver, a auto-estima, o desprendimento dele era uma coisa fascinante e ele... e isso tornava ele um homem de sucesso.

Assim como foi positiva também para o Es5:

Meu pai sempre foi comerciante... mascate e, todos nós, é... os filhos homens viajávamos com meu pai mascateando, em cima de um jegue, depois meu pai comparou um jipinho, uma camionete aí fomos melhorando, mas, meu pai sempre foi comerciante .

Outro elemento não exposto na Tabela 5, mas presente nas respostas é o histórico dos pais dos empreendedores, mas, especificamente, a ocupação profissional deles. Embora não houvesse nenhuma questão específica sobre a profissão dos pais todos os participantes se referiram a profissão deles tornando possível comparar os grupos

Diferentemente do grupo Es, os empreendedores do grupo Ei, apresentaram uma situação inversamente proporcional, com exceção de um deles todos os outros eram funcionários públicos, ou seja, 80% dos entrevistados. Ao que leva a crer que

esses entrevistados conviveram num ambiente familiar alimentado pela cultura da estabilidade e das garantias no serviço público brasileiro.

b) Conhecimento² essa categoria foi citada trinta e sete vezes, classificando-a como a segunda maior frequência de ocorrências das entrevistas. As falas vieram dos dois grupos de empreendedores, no entanto, sua frequência foi maior no grupo Es (Tabela 4).

As propriedades emergentes dessa categoria foram: a) capacitação; b) busca de informações e, c) conhecimento tácito (Tabela 6).

Tabela 6: Características e frequência das ocorrências das propriedades relacionadas à categoria “conhecimento” nas entrevistas com os empreendedores de sucesso e insucesso.

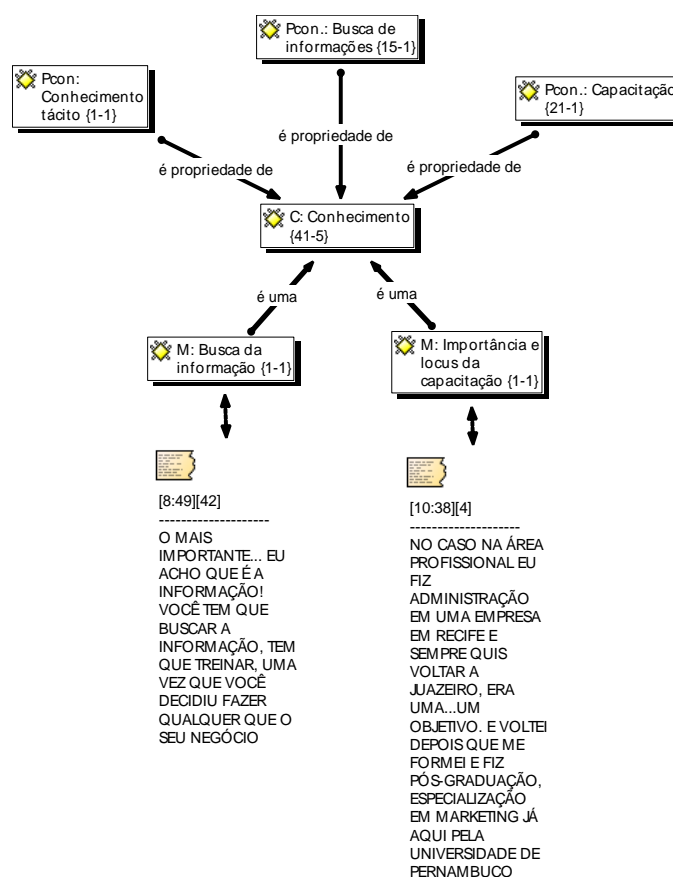
PROPRIEDADES	CARACTERÍSTICAS	FREQUÊNCIAS		
		GG	ES	EI
Capacitação	Relacionado com os diversos tipos de capacitação citados pelos entrevistados, como participação em seminários, cursos, palestra, participação em feiras eventos da área, viagens, leituras, etc.	21	12	9
Busca de informações	A capacidade do indivíduo de buscar a informação relacionada ao seu empreendimento junto aos mercados fornecedor, concorrente e consumidor.	15	8	7
Conhecimento tácito	Conhecimento tácito é o grau de inacessibilidade do conhecimento. Ele dificulta a repetição e a rotina, e, desse modo, a ação empreendedora. Cria barreiras à imitação.	1	1	0

²Há uma diferença quantitativa entre as Tabela 4 e 6 e a Figura 2 com relação às ocorrências da categoria “conhecimento”. A diferença ocorreu pelo fato de quatro citações dos empreendedores não terem ficado claras o suficiente para serem classificadas como uma propriedade, ficando, portanto, numa classificação geral e contabilizada apenas como conhecimento extraído do ambiente externo.

A figura 25, a seguir ilustrará as relações estabelecidas entre a categoria “conhecimento” (C: Conhecimento), as três propriedades emergentes: conhecimento tácito (Pcon: conhecimento tácito), busca de informações (Pcon: busca de informações) e capacitação (Pcon: capacitação), assim como a maneira pela qual essas propriedades se manifestaram por meio das falas dos entrevistados (M: busca de informações e M: importância e Locus da capacitação).

A partir das falas dos entrevistados, enfatizando a importância da capacitação para o processo empreendedor, identificamos também que os empreendedores valorizavam a fonte da capacitação, isto é, onde os empreendedores foram buscar as informações.

Figura 25: Gráfico do Atlas/ti: As relações da categoria “conhecimento” com suas propriedades e como elas se manifestaram nas falas dos empreendedores.



Embora a categoria “conhecimento” tenha sido a segunda mais citada pelo grupo Es, a propriedade “conhecimento tácito” registrou apenas uma ocorrência na fala do Es1

As pessoas normalmente têm informações que você decide então você tem uma informação que, você pode sobressair dos demais, normalmente o que as pessoas fazem? Retém a informação.

A propriedade “capacitação” apresentou maior frequência de ocorrência na categoria “conhecimentos” e não apresentou grandes diferenças quantitativas entre os grupos. A capacitação foi citada vinte e uma vezes, sendo que dessas, doze pelo grupo Es e nove vezes pelo grupo Ei (Tabela 6).

O grau de importância dada à propriedade “capacitação” foi reconhecida nos dois grupos. Para o Ei2, ela foi citada assim:

(...) outra coisa que eu reconheço em mim, foi a capacitação, como eu, a profissão de fotógrafo era uma iniciativa minha, é... Tem assim, tem alguma coisa como curso técnico, mesmo assim eu insisti e me firmava muito pela qualidade, mas uma das coisas também para o insucesso, vamos assim dizer, foi a falta de capacitação.

O Es3 atribui ao seu sucesso, nos negócios a busca constante da capacitação.

Nas suas palavras,

a minha preparação acadêmica,... a preparação no sentido da atualização, em cursos, viajando, investindo, pererê... enxergando o mercado.

Para o Ei4, os seminários e *Workshop* foram importantes para obter informações.

Sim! Olhe, nós três, éramos do ramo, nós três, todos três técnico agrícolas tá? É... A gente participava muito de... De encontro, de... Palestra, de... Esses workshops aí, que aconteciam e ainda acontecem.

Para o Ei1 as informações sofram obtidas junto as instituições de fomento e em outras empresas.

(...) Orientação de assim, por exemplo, hoje o SEBRAE orienta aos empresários no empreendedorismo, na área da, do comércio, de, de, de atividades enfim, afim. Mas a minha, a minha entrada na área comercial foi justamente pensando que o que eu tinha adquirido de experiência no Pinguim iria me dar uma orientação, mas não era só isso.

A propriedade “busca de informações” foi citada praticamente nas mesmas proporções entre os grupos Es e Ei (Tabela 6). Para o grupo Es, a busca de informações parece decisiva na abertura e na manutenção de um negócio; no entanto, a fala está muito relacionada com os aspectos atitudinais do indivíduo, atribuindo ao *locus* de controle interno.

O mais importante... Eu acho que é a informação! Você tem que buscar a informação, tem que treinar, uma vez que você decidiu fazer qualquer que seja negócio..., O seu negócio, qualquer que seja sua atividade, bom eu decidi eu quero ser jogador de futebol. Então, você tem que buscar referências, se, se você decidiu ser jogador de futebol, fazer o que Romário fez, o que Ronaldinho fez, o que Pelé fez, o que é que o Luiz Fabiano está fazendo, que ele estava sendo centro avante da seleção, quando eu tô olhando o que ele está fazendo, isso é um tipo de informação...(Es1)

Para o grupo Ei, como já citado anteriormente, a busca de informações foi tão citada quanto para Es para a criação e manutenção do empreendimento, no entanto, numa direção diferenciada do grupo Es. Esses empreendedores citaram a busca de informações, reconhecendo sua importância e ao mesmo tempo queixando-se de suas próprias atitudes de não buscá-la. É o caso dos Ei5 e Ei3 nas falas a seguir:

Então, uma das cláusulas lhe dizia que eu passaria a ser o revendedor autorizado daquela marca. Eu não sei se... Veja bem, eu um cara formado né? (rs rs) já com uma certa maturidade, mas eu fiquei cego naquele momento, quando não enxerguei que essa questão de eu permanecer autorizado, eu tinha que conversar com a fábrica, com o fabricante do produto, que era a Pirelli fabricante de pneus. (Ei5)

E, num outro momento, o Ei5 cita:

(...) não busquei as informações corretas, tá certo? É..., fiz tudo muito rápido, né? A toque de caixa e fui ludibriado como disse antes, aí, comprometeu as minhas outras empresas sadias.

É, na verdade, eu acho que, a gente tinha um objetivo, mas a gente não conhecia o muito bem o mercado e, nem procuráramos conhecer. Quando a gente entrou como conselheiros de um amigo, achamos que existia um mercado, e na verdade era muito pequeno, vamos dizer assim para sustentar uma empresa financeiramente. (Ei3)

c) As dificuldades enfrentadas pelos empreendedores. Essa categoria apresentou uma frequência de ocorrência expressiva em relação às outras (Tabela 4).

Assim como as categorias “influências” e “conhecimento”, a variedade de manifestações das dificuldades também permitiu a identificação de cinco propriedades nas entrevistas com os participantes. As propriedades, suas características e frequências, estão dispostas em ordem decrescente de frequência, na Tabela 7.

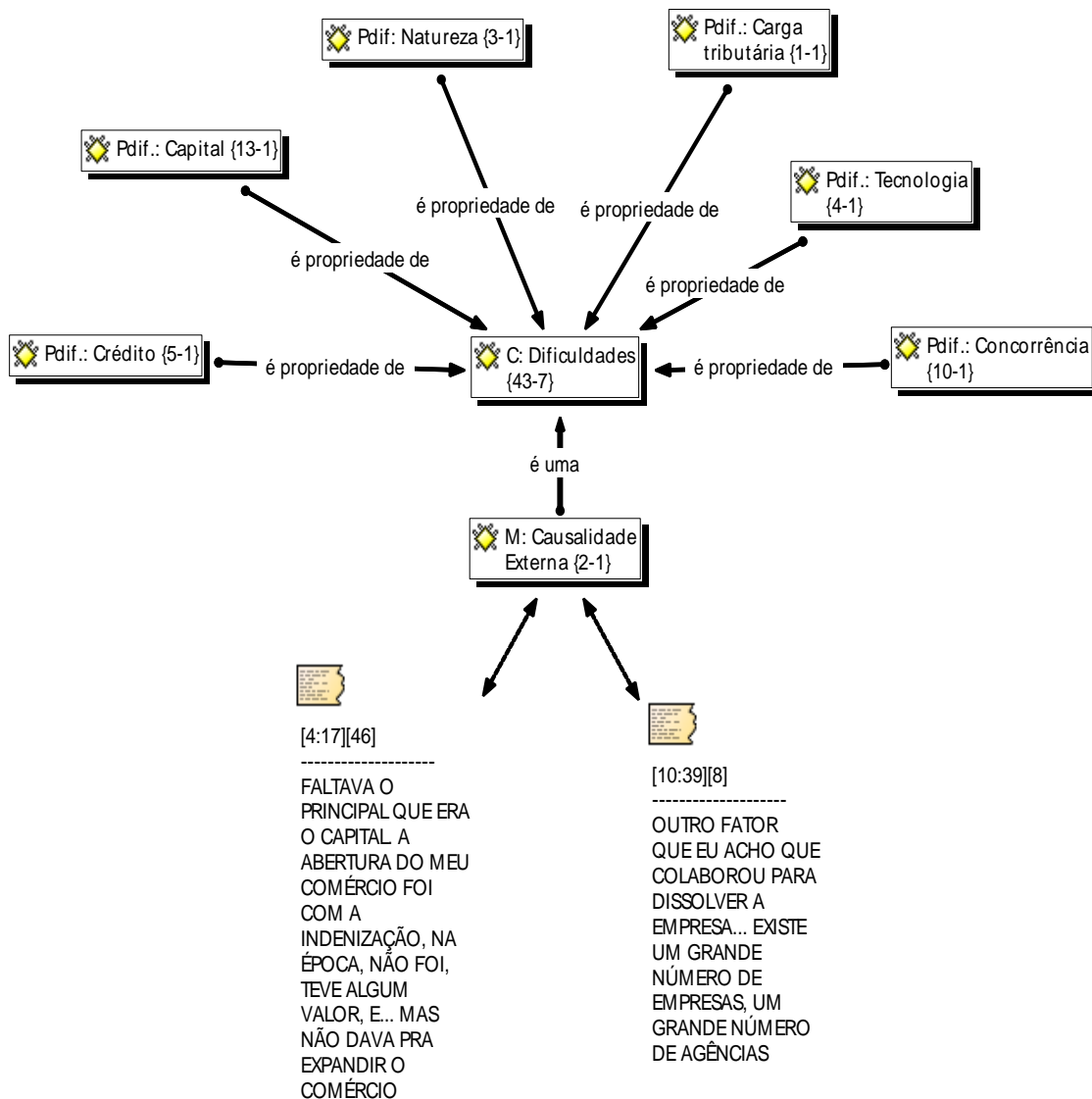
A propriedade “capital” apresentou maior frequência do que as outras propriedades dessa categoria e, todas manifestadas pelos empreendedores de insucesso (Tabela 7). Para eles, o capital tanto para iniciar as atividades como para operacionalizá-las, assim como a dificuldade de captá-lo junto às instituições bancárias, teve participação importante atribuída pelos participantes ao fracasso do empreendimento.

Tabela 7: Características e frequência das ocorrências das propriedades relacionadas à categoria “dificuldades encontradas” nas entrevistas com os empreendedores de sucesso e insucesso.

PROPRIEDADES	CARACTERÍSTICAS	FREQUÊNCIAS		
		Gg	ES	Ei
Capital	Os obstáculos e as dificuldades para obtenção de recursos financeiros nas instituições bancárias, recursos próprios escassos tanto para investimentos como para giro da atividade comercial.	13	0	13
Concorrência	Outros empreendimentos concorrentes ou em setores de atuação diferente.	10	0	10
Crédito	Altas taxas de juros do capital e burocracia	5	0	5
Tecnologia	Inovações de métodos, produtos, serviços e dos sistemas produtivo e mercadológico.	4	0	4
Natureza	Fatores naturais e incontroláveis como chuvas, seca e temperatura elevada.	3	0	3
Carga tributária	Encargos sociais e os tributos inseridos na comercialização e industrialização dos produtos e serviços	1	0	1

A Figura 26 mostra as relações entre a categoria “dificuldades encontradas” (C: Dificuldades), as propriedades: capital (Pdif: Capital); crédito (Pdif: Crédito); tecnologia (Pdif: Tecnologia); concorrência (Pdif: Concorrência) carga tributária (Pdif: Carga tributária), natureza (Pdif: Natureza) e as manifestações (M: Causalidade externa). Para as manifestações foram citados dois exemplos, um externo ao indivíduo e o outro à empresa.

Figura 26: Gráfico do Atlas/ti: As relações da categoria “dificuldades encontradas” com suas propriedades e como elas se manifestaram nas falas dos empreendedores.



O grupo Ei atribuiu às dificuldades externas como; capital, concorrência, crédito, tecnologia e natureza, a causa do insucesso dos empreendimentos. Contrariamente, o grupo Es pareceu desprezá-las e não as citou como fator condicionante para o sucesso ou o insucesso do empreendimento. Apenas, um empreendedor do grupo Es revelou essa preocupação, expressa no texto abaixo:

Estou completando vinte e cinco anos no ramo... E pode ter certeza, é uma sobrevivência, porque você trabalha com um capital pequeno, hoje a concorrência é muito grande, internet, grandes grupos, shopping e você ainda administra uma carga tributária (Es5)

Para o Ei1,

E o meu capital, o inicial que, era pouco. A gente tinha o crédito dos fornecedores e vendia... Fornecia ao pessoal do interior aqui do município, A prazo. Nesse item ai o pessoal foi se estabilizando com um capital melhor ai vi que se eu continuasse comprando fiado e vendendo a prazo, não ia ser uma boa perspectiva pra mim, porque sem capital eu não podia considerar o meu negócio da forma que estava por que sabia que eu dar prejuízo em alguém no futuro. Então por isso, resolvi acabar com o comércio. Ai passou um tempo e eu voltei a trabalhar de novo como empregado.

Mas tudo isso, o que faltou foi realmente capital de giro... Capital de giro... Isso por eu não ter patrimônio para hipotecar, penhorar e tal. Na verdade os bancos têm, mas você tem que (...).

A propriedade “concorrência” foi citada dez vezes pelos empreendedores de insucesso (Tabela 7). Os empreendedores fizeram referências à concorrência estabelecida pelo mercado. Esses empreendedores valorizaram essa propriedade, como fator importante para o fracasso.

Para o Ei1, quando solicitado para colocar os fatores determinantes do fracasso do seu empreendimento, numa ordem hierárquica quanto à importância desses no desempenho empresarial, cita:

Quem concorreu muito pra eu encerrar minha atividade comercial foi justamente a concorrência com o capital... Pra mim, foi o único fator que eu deixei de ... Porque se eu tivesse um capital mais avantajado eu iria concorrer de igual para igual.

Nessa fala o empreendedor ainda faz uma associação com a propriedade “capital”. O Ei4 também faz essa mesma associação entre as propriedades.

(...) Os grandes com poder de compra muito elevado acaba “engolindo” os pequenos, sem contar que, quem tem dinheiro fala mais alto. O cara

compra do paralelo e bota preço, e, você sem capital fica só naquele fornecedor que começou lhe vendendo, acabo comprando mais caro com ele porque ele é quem ta me segurando e tal.

Nessa mesma direção o Ei3 também atribui a responsabilidade aos fatores ambientais, colocando a concorrência do mercado como dificuldade encontrada para o sucesso empresarial. Com relação à concorrência o Ei 3 fala:

Outro fator que eu acho que colaborou, ao ponto de chegar a dissolver a empresa, foi a existência de muitas empresas na região de agências. Se a gente for distribuir essa quantidade de clientes que tem vamos dizer assim. Esse perfil de investimento de acreditar em ter uma agência para pensar tudo. A sua comunicação e dividir pela quantidade de agências era um número muito pequeno para cada um.

A propriedade “crédito” foi citada cinco vezes pelos empreendedores de insucesso (Tabela 7). Para esses, o crédito disponível no mercado para investimentos na atividade empresarial é caro e de difícil acesso. Essas dificuldades encontradas no ambiente favorecem o fracasso do empreendimento. Para o Ei2, o crédito custava muito caro.

Eu não pude renovar meu equipamento também, o que eu acho que era importante, e eu não pude renovar, porque o empréstimo naquela época tinha dificuldades muito grande (...).

Com relação à propriedade “tecnologia” citada quatro vezes pelos empreendedores de insucesso (Tabela 7). O Ei2 atribuiu ao processo tecnológico o fracasso de sua atividade econômica.

Então, foi realmente essa, essa mudança no mercado. Da fotografia para a era digital. Isso afetou a todos.

Vale apenas salientar, que essas quatro ocorrências, foram citadas por apenas um único empreendedor, ou seja, os demais parecem não terem atribuído à tecnologia a causa do fracasso empresarial.

A propriedade “natureza” foi citada apenas por um único empreendedor de insucesso. Esse apresentou três ocorrências (Tabela 7). Possivelmente pela natureza de sua atividade econômica, comercialização de produtos agrícolas, manter uma relação comercial próxima das variáveis naturais do ambiente como tempo, temperatura, clima, etc.

Não tinha jeito, tinha que fechar. Ou fechava ou ele lhe engolia de ponta a ponta... E... Foi um ano que choveu muito.

d) Capacidades: essa categoria apresentou frequência de ocorrências elevadas devido ao agrupamento das categorias “visão” e “estratégia” criadas inicialmente, na fase de codificação (Tabela 8).

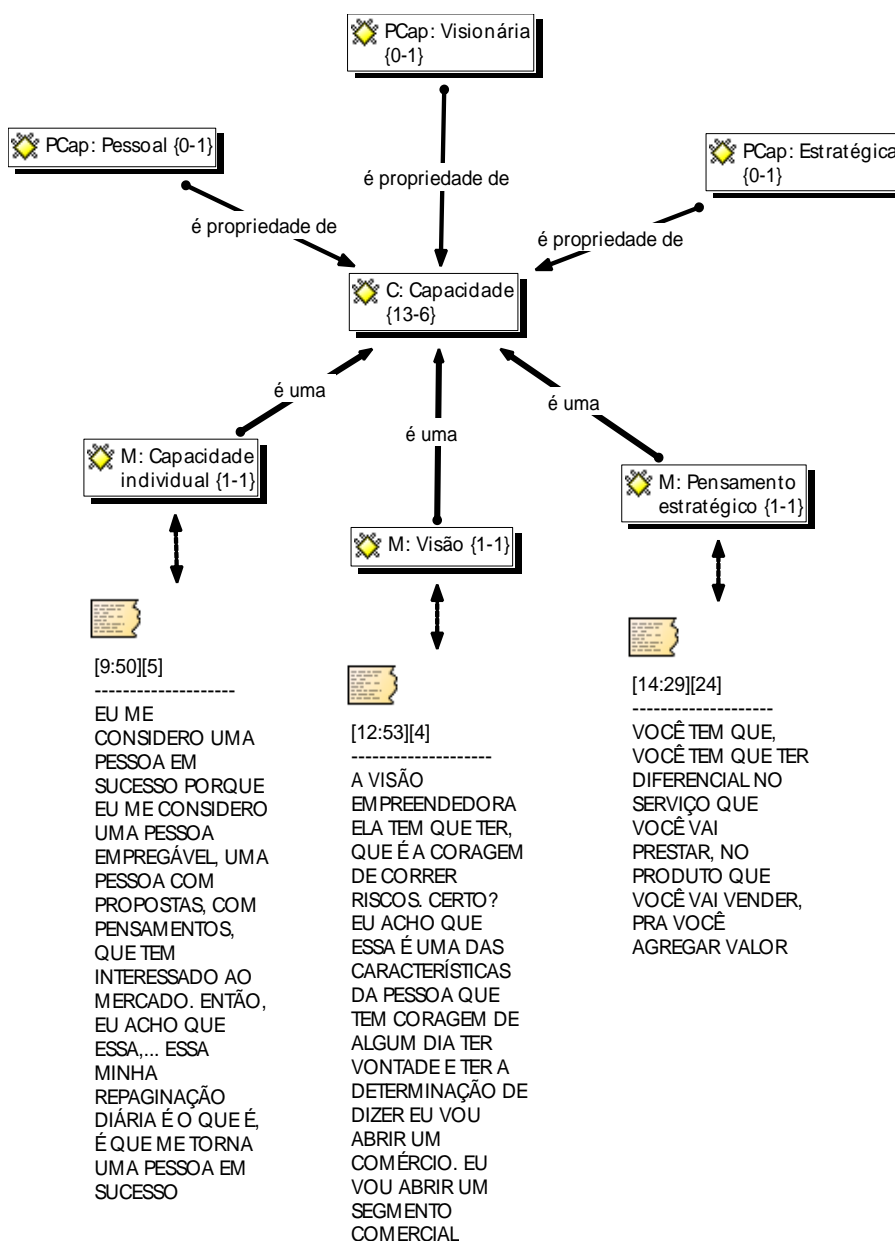
Tabela 8: Características e frequência das ocorrências das propriedades relacionadas à categoria “capacidade” nas entrevistas considerando todos os empreendedores (Gg), apenas os empreendedores de sucesso (Es) e apenas os empreendedores de insucesso (Ei).

PROPRIEDADES	CARACTERÍSTICAS	FREQUÊNCIA		
		Gg	Es	Ei
Capacidade pessoal	Habilidades e competências individuais para executar uma tarefa.	13	10	3
Capacidade estratégica	Habilidades para traçar caminhos e, encontrar alternativas para realizar tarefas. É o pensamento estratégico	8	5	3
Capacidade visionária	Habilidades para projetar o futuro, estabelecer planos, etc.	8	3	5

Para o grupo Es, todas as propriedades descritas na Tabela 8 foram consideradas habilidades importantes para o sucesso do empreendimento. Embora, menos citadas pelos Ei, essas habilidades também são consideradas importantes.

Na figura 27 a seguir são apresentadas as relações entre a categoria “capacidade” (C: Capacidade), suas propriedades, pessoal (PCap: Pessoal), visionária (PCap: Visionária) e estratégica (PCap:Estratégica), e suas manifestações: Capacidade individual (M: Capacidade individual), Visão (M: Visão) e Pensamento estratégico (M: Pensamento estratégico).

Figura 27: Gráfico do Atlas/ti: As relações da categoria “Capacidade” com suas propriedades e como elas se manifestaram nas falas dos empreendedores.



Inicialmente, no processo de análise dos resultados, especificamente na categorização, trabalhamos com as categorias “visão”, “estratégia” e “capacidade individual”, no entanto, verificamos baixa frequência de ocorrência, principalmente, nas categorias “visão” e “estratégia”.

O exercício de análise dos dados exigiu “idas” e “vindas” na categorização e codificação dos trechos. Nesse processo, foi possível identificar que havia semelhanças nas falas dos entrevistados quando se referiam a essas categorias. Sendo assim, optamos por transformar as duas categorias em propriedades da categoria “capacidade”, daí a baixa frequência de ocorrências das citações, uma vez, que analisamos conjuntamente esses dados, o que não foi possível fazer a atualização no software.

A capacidade individual na fala dos Es3 e Es4 a seguir.

O meu sucesso eu atribuo a uma série de coisas, o que me tornou o que eu herdei do meu pai talvez geneticamente essa disposição, essa fé de acreditar em Deus eu tive esse suporte, no momento que eu fraquejei, mas o que me manteve no mercado foi minha capacidade de relacionar, a minha preparação, ta!

A formação humana, a formação profissional, a capacidade de... Confiar, né? De estabelecer uma relação de confiança do cliente comigo, eu acho que esse é o ponto crucial de um negócio.

A capacidade estratégica citada pelo Es 4:

Aqui a nossa filosofia é contrária, é ta dentro do cliente, é ta dentro de onde a unidade ta gerando é... Receita e, onde as coisas estão acontecendo. Ele ta lá dentro então, a gente pode contribuir mais do que aqui.

E, ainda a capacidade visionária dos empreendedores, conforme a fala do Es4:

Eu acho que tem que ter um foco muito grande. O que aquele, esse, aquele que ta sendo montado ele tem que ter um lucro, seja ele financeiro, seja ele econômico, seja ele social... Tem que dar resultado no futuro.

O Ei, mesmo que, com frequência de ocorrências abaixo do grupo Es, não deixou de manifestar a importância da capacidade nas suas três propriedades. Com relação à propriedade “capacidade visionária”, os empreendedores de insucesso também concordam com as citações do grupo Es:

A oficina que já era autorizada da F..., era outro diferencial, que quando eu comecei não era, eu comecei com uma simples loja de peças e uma parte de oficina que eu entreguei até ao mecânico, eu nem explorava. Ai como eu tinha a visão do que eu queria que era crescer e fazer uma coisa diferente.

Já com a propriedade “capacidade estratégica” os empreendedores de insucesso, ao que tudo indica, utilizaram estratégias que foram determinantes para o insucesso empresarial.

(...) outra coisa que eu achei interessante e que a gente sentia muito, por exemplo, a gente tinha regras, tipo: se eu atendesse um cliente da área de combustível, a gente só atendia um cliente, porque as agências sérias fazem isso. A gente tinha código e tudo... Apesar de ser certa, a gente acabava se prejudicando, porque os outros atendiam dez do mesmo ramo... Então a gente primava por isso, acabou sendo um fator que interferia porque a gente diminuía a quantidade de possibilidades de atender clientes.

Eu disse a ele: você me dá vinte por cento, do que você apurar de mão-de-obra e oitenta por cento é seu. Mas, quando eu percebi que a coisa não avançou lá do mecânico... Ficou uma oficina bagunçada, suja.

A propriedade “capacidade visionária” também foi citada pelos empreendedores de insucesso como fator determinante para a criação de uma atividade empresarial. O Ei4 cita:

(...) aquilo que eu falei inicialmente a você, primeiro o seguinte: a pessoa empreendedora, ela tem que ter uma visão sagaz, uma visão clínica da, do... Ambiente da atividade comercial.

O esforço é dependente da disposição das pessoas, podendo despende mais ou menos energia de acordo com a atividade.

É..., a persistência, como eu trabalho com capacitação, tá testando alguma coisa, de perceber que ela não é isso, que esse não é momento e tá retomando, fazendo novamente, então eu acho que é isso, é o momento que deixa o empreendedor ter uma longevidade maior no mercado. Não desistir, a remuneração vem naturalmente. O que é bom para um pode não ser bom para o outro, mas enfim a gente vai conseguir com persistência e esforço.

e) Afetividade: para essa categoria emergiram dezenove ocorrências (Tabela 4), manifestada por diferentes emoções das pessoas, como a paixão pelo que faz, alegria, entusiasmo, força de vontade e motivação pessoal.

A partir do momento que eu cheguei a entrar no mercado e me identifiquei com a assessoria de comunicação... É uma coisa que eu faço hoje brincando, rindo, como eu faço com a feijoada, rindo, brincando e ganhando dinheiro... (Es3)

A garra! A alegria, não desanimava nunca! Não desanimava nunca. Essa vontade de acreditar, de fazer de um limão uma limonada. Se a situação matematicamente desse empate ou negativo, ela avaliava o que fosse positivo que teve ali e potencializava aquilo. Aí na própria investida a corda já era azul. Não era mais verde, nem vermelho (Es3)

Numa outra direção os empreendedores de sucesso citaram a afetividade relacionando-a à compaixão pelo próximo.

Tem outra coisa que eu acho, paralelo a isso, é a questão da relação humana, hoje em dia não vejo, não consigo enxergar, a relação humana passando inclusive pela generosidade, pela compaixão, eu não consigo enxergar um profissional que se dê bem no mercado, se ele é uma pessoa ruim, se ele não deseja bem para o próximo, se ele não enxergar o mercado com generosidade, ele jamais terá esse sentimento recíproco (Es3).

E, ainda citaram com relação ao erro cometido:

(...) na hora de errar, quebrar a cara, mas tendo a humildade de saber, de saber reconhecer os erros e corrigir quando tiver errado e isso em qualquer segmento (Es5).

Os empreendedores de insucesso, em sete citações, não deixaram de valorizar o aspecto afetivo (Tabela 4)

Se você for pensar em montar alguma coisa dizendo: “eu vou ganhar dinheiro amanhã”, você tem grande... É... Você tem... Grande... Probabilidade de ter insucesso, por causa desse pensamento. E esse não era o meu pensamento. O meu pensamento era fazer uma coisa que eu saberia que ia gostar que ia me dar prazer, certo? Que ia me trazer satisfação. Então, essa... A característica do empreendedor. Fazer o que gosta que ele enxergue um segmento que ele acha que seja importante nessa oferta de, de produtos ou serviços, né? Ter a coragem de correr o risco e não ter a questão financeira como, como prioridade, né? Sabendo que isso é uma consequência de você fazer bem feito aquilo que você ta se propondo a, a fazer, a oferecer pra uma... (Ei5)

f) Oportunidades: categoria criada com objetivo de organizar as falas dos entrevistados a respeito de suas percepções acerca da identificação e a exploração de oportunidades transformando-as em negócio. Muito citada, principalmente pelo grupo de empreendedores de sucesso, treze das dezenove citações (Tabela 4).

Na fala do Es1:

(...) de vez em quando as pessoas me recomendavam para um trabalho *free-lance*, e foi nesse trabalho que eu observei que existia um vazio, certa fatia do mercado que não estava, quer dizer vazia, ai eu pensei, bem que podia colocar os pés lá.

A busca de oportunidade também foi citada numa relação com uma atividade esportiva praticada pelo empreendedor, quando era adolescente. É o caso do

Es5:

É... É desde estudante a gente vinha “bater” bola... Jogar a nossa bolinha aqui e uma coisa me chamava atenção, minha e de meus colegas também. Era, que aqui em Juazeiro não tinha material esportivo para vender, eu é, ficou aquilo no meu subconsciente, de qualquer dia, quem sabe no futuro eu abra uma loja pra vender material esportivo, no que queria o destino (...)

Para os empreendedores de insucesso, a categoria foi citada seis vezes (Tabela 4). Pouco mais de 30% desses citaram a identificação ou a busca de uma oportunidade de negócio. Para o Ei3, a criação da empresa surgiu da necessidade de uma pessoa.

Porque tinha uma pessoa que tava com uma necessidade e um dos sócios percebeu e aí a gente já abriu atendendo um cliente.

Para, o Ei5 a exploração de uma oportunidade, permitiu a ampliação de sua empresa.

mil novecentos e oitenta e oito, seis anos depois surgiu a oportunidade, que a FIAT estava autorizando oficinas que se propusessem a fazer os investimentos de uma boa oficina com todos os equipamentos, ou seja, eu conversei com a diretoria da FIAT e deu tudo certo.

Em outro momento,

(...) essa loja de pneus e, eu tinha interesse de entrar no ramo e ele de sair fora porque estava praticamente falido. Era uma revenda autorizada, da marca de pneus Pirelli.

g) Vocação: essa categoria foi citada praticamente igualmente pelos dois grupos de empreendedores (Tabela 4). Embora o grupo Ei reconheça a vocação como fator estimulador e importante na direção de uma atividade empresarial, parece que a atividade econômica escolhida não tinha uma relação direta com a vocação dessas pessoas.

Para o Ei3, a ausência da vocação pela atividade empreendedora parece ter sido decisivo para o futuro de sua empresa.

[...] mas, talvez não fosse um grande sonho, realmente na minha vida, porque se tivesse a vocação pelo negócio, teria investido mais, muito mais... eu acho que era algo que eu gostava de fazer, mas não era o que sonhei... meu grande sonho não era a empresa, era a sala de aula.

Para o Es5 quando solicitado para colocar em ordem de prioridade os fatores que, mais o influenciaram na criação de seu negócio, citou o gosto e a vocação pelo esporte.

[...] então foi o que aconteceu, é... eu não tenho nada de espetacular, mas o,...resumidamente foi é... foi isso que aconteceu, então eu tinha afinidade, eu sempre fui uma pessoa ligada ao esporte que terminei optando para o ramo de material esportivo.

h) Sorte: no sentido que o indivíduo atribui ao azar ou à sorte seus sucesso ou insucesso. A frequência de ocorrência correspondeu a 3,3% das citações (Tabela 4). A frequência dessa categoria se apresenta uniformemente distribuídas entre os grupos de Es e Ei (Tabela 4). Para o grupo Gg, o acaso não é considerado, condicionante para o empreendedorismo.

Eu digo para meus clientes quando faço consultoria empresarial na área urbana e até mesmo empreendedores rurais, eu sempre digo, eu chamo sorte a soma de duas coisas: o conhecimento com a oportunidade (Es2).

Eu acho que a gente soube aproveitar a oportunidade, sorte, não eu acho não vejo assim, até, por exemplo, o fator sorte, ele é eu acho que tem mais oportunidade, nós crescemos muito na oportunidade nos preparando... Para aquela oportunidade.

Falando de um empreendedor da época de 1970, o Ei1 cita:

Bom, ele teve sorte e credibilidade, sorte só, não. Sorte não bota ninguém pra frente, só a sorte do cara... A Megasena.

i) Propensão ao risco: a categoria foi citada nove vezes, praticamente todas pelo grupo Ei (Tabela 4). Apenas uma foi do grupo Es. O Es5 cita a coragem de assumir risco no momento que falava das características empreendedoras de alguém que ele conhecia.

(...) primeiro você é,... É... Você tem que ter coragem de fazer é... , de fazer as coisas, sem coragem você não, não faz nada (Es5).

Embora a maioria das citações tenha vindo do grupo Ei, apenas dois desses citaram o risco em duas direções diferentes: uma relacionada ao medo de assumir determinadas ações, como na fala do Ei3:

Outra coisa que eu acho, de uma forma geral, pesa muito, a gente tinha muito receio. Eu sempre tive muito medo de dever e eu acho que o empreendedor não tem que ser assim, mas em geral todos os sócios tinham muita essa coisa de não arriscar muito... Acho que a gente era tímida em relação a essa coragem.

E a outra com um perfil mais propenso a correr riscos. Para o Ei5:

É a coragem de correr riscos, essa é a principal característica, que eu acho de uma pessoa empreendedora, a coragem de correr risco, se não tiver, você não abre comércio, eu acho que essa é a característica principal.

As categorias seguintes apresentadas, muito embora, estejam presentes na literatura pertinente ao empreendedorismo, não obtiveram frequência de ocorrências significativa quando comparadas a outras categorias emergentes e discutidas anteriormente.

j) Independência e autonomia: apenas oito ocorrências, sendo que seis pelo grupo Es e as outras duas pelo grupo Ei. Emergiu um sentimento declarado da vontade de ser independente, de não cumprir ordens, horários e poder tomar suas próprias decisões.

Pode ter, pode ter sido. Toda vida eu sempre fui obediente ao meu pai, mas eu sempre gostei de ter minhas ideias próprias. (Es5)

É isso que a gente quer fazer aqui, foi por isso que eu sai de um escritório pesado, de uma estrutura de contabilidade que é fazer as coisas como manda o figurino... Como eu me senti, como eu me sentia quando eu tinha um sócio e como eu me senti quando eu vim para uma carreira solo, é... Apesar de ter uma sócia. Minha esposa e a gente ta... No... Como o mesmo eixo, a minha liberdade é muito maior aqui. (Es4).

A fala do Ei2 também vai nesse mesmo sentido,

A idade foi avançando, eu também trabalhei sempre com a vontade, o desejo de trabalhar para ser independente e, passei a trabalhar no comércio em Juazeiro, onde trabalhei em duas ou três lojas no comércio.

k) Habilidades gerenciais: essa categoria pôde reunir pelo menos duas dimensões no universo amostral: a primeira foi com relação ao monitoramento sistemático, principalmente das situações operacionais, citada apenas por um dos empreendedores do grupo Es (Tabela 4).

Você não pode monitorar só perguntando; fulano você já fez isso ou aquilo? Você monitora sabendo como a pessoa fez, não é verdade? Você sabendo como a pessoa fez, o que ela fez você tem que saber, então estudar é fundamental.

E, a segunda, está relacionada à tomada de decisões serem centralizadas ou descentralizadas. Nesse aspecto, tanto os empreendedores do grupo Es como do Ei citaram a centralização, embora a única citação feita pelo grupo Ei tenha sido referência a um empreendedor de sucesso.

Ele fiscaliza e ao mesmo tempo, delega limitado. Mas, fica na cobrança do... Naquele exemplo de você desenvolver seus funcionários, eu acho que isso ai é primordial para aquele cara que é empreendedor, e quem, e quem tem uma empresa que fiscaliza ao pé da letra, tudo aquilo que... (Ei1)

Aqui eu tenho toda a responsabilidade técnica da, da parte de contabilidade comigo, então, aparte técnica eu faço a meu modo, da minha... Do meu jeito (ES4).

l) Inovação: essa categoria surpreendentemente apresentou baixa frequência de ocorrências, somente sete citações foram feitas, dessas, apenas uma pertence ao grupo Ei. A fala do Ei5, a seguir vai ao encontro das falas dos empreendedores do grupo Es.

Eu fui a primeira oficina em Juazeiro a ter esses elevadores elétricos que levanta carro, eu fui a primeira oficina que trabalhou com injeção

eletrônica, eu fui a primeira oficina mecânica que também conjugou o serviço de alinhamento e balanceamento (Ei5).

Ao falar das características do comportamento empreendedor o Es4 fala:

Em minha opinião né! A capacidade de inovar de... Esse eu acho que é um grande... e, sem aquela conversa de inovação, sem aquele papo furado mesmo... Mas a capacidade de inovar de criar soluções pro ambiente que até então ele já considerado hostil, ou que não vai da certo.

O Es2, ordenando fatores que, considera importantes para o empreendedorismo, cita a inovação.

Acho assim, acho que esses termos, assim de ordem familiar, de oportunidade, da minha rede de contatos e ser um inovador, ta buscando sempre... Estudar mais, conhecer mais sobre aquilo que você ta ofertando.

m) Iniciativa: essa categoria teve pouca frequência de ocorrência. Apenas quatro, sendo que duas para o grupo Es e duas para o grupo Ei (Tabela 4). No entanto, as falas dos empreendedores independente do grupo seguem a mesma direção de raciocínio.

Bem, com relação a minha trajetória, é desde, de... Criança que eu sempre gostei de trabalhar, aos dez, onze anos de idade fui, por ser filho de pobre, é... Eu já tinha, eu tomei a iniciativa de ganhar o meu dinheiro. De que forma? Vendendo pão pelas ruas de Juazeiro (Es2).

Os dois grupos nas poucas falas emergentes da entrevista reconhecem a importância do comportamento proativo das pessoas em situações de caráter empreendedor.

Então, tem alguma coisa, que você, que você agregue então o fato de você ter coragem, você ter é... Ter é... Iniciativa e conhecimento, e conhecimento do ramo, eu acho que fundamental pra você ter ou ser qualificado como um, como um empreendedor (Es5).

n) Necessidade de realização: esperava-se que, essa categoria fosse emergir com uma frequência de ocorrência alta já que é citada nos estudos empíricos e teóricos, principalmente nos aspectos voltados para o comportamento dos empreendedores. No entanto, a categoria foi citada apenas quatro vezes, principalmente pelo grupo Es, que citou três vezes (Tabela 4). Todas as falas, inclusive, a do empreendedor de insucesso, externaram a necessidade de realização, como nas falas a seguir.

A origem de tudo, a origem de, de tudo... Uma empresa que com cinco anos cresceu muito, então, me deu condições de... Abrir um leque de, de outras coisas de outras oportunidades, com isso eu tive lojas de confecção, tive... Um quiosque de sorvete expresso, esses da Kibon, e dava tudo certo (Es5)

(...) necessidade de realização, coisa que, sendo como funcionário, eu não teria, não ia andar de carro e hoje eu tenho condições de andar de carro (Es1).

o) Criatividade: essa categoria foi citada apenas três vezes por um único empreendedor do grupo Es1 do setor industrial (Tabela 4). Embora tenha um forte apelo na literatura pertinente ao empreendedorismo. Vale salientar que a citação do empreendedor de sucesso emergiu quando ele espontaneamente, falava de outros empreendedores.

Pois é, uma característica... Uma pessoa criativa, humilde e muito bem informada.

p) Autoestima: essa categoria, embora tenha presença marcante na literatura, não foi externada com frequência na fala desse grupo de empreendedores (Tabela 4). Registrou somente duas citações, sendo que, essas citações foram de um empreendedor do grupo Es.

(...) se eu fosse um homem depressivo, desesperançoso, desanimado, eu jamais, quando eu falei da auto-estima, eu falei exatamente isso, das relações humanas, eu falei exatamente isso, minha influência de

comunicar e lidar com as pessoas e com as situações, a falta de preconceito (Es3).

5. DISCUSSÃO

A discussão dos resultados compreende a interpretação do fenômeno investigado, sob diferentes perspectivas: Aquelas teorias que examinam o papel desempenhado por fatores socioculturais e econômicos no sucesso e fracasso dos empreendimentos e aquelas que procuram compreender o empreendedor por meio de suas características pessoais.

Para Heider (1970) o ser humano tem a necessidade de atribuir causas a todo e qualquer tipo de evento ocorrido ou observado, ao mesmo tempo, que procura explicá-lo e relacioná-lo às causas ambientais ou pessoais.

A fundamentação dessa discussão apóia-se principalmente na teoria das atribuições de causalidade (Heider, 1970; Weiner et al, 1972; Weiner, 1979 e 1986), no referencial teórico complementar pesquisado e na incidência de elementos durante a análise dos resultados.

Os resultados apontaram para duas dimensões nas explicações causais para o sucesso e o fracasso dos empreendedores:

- a) Causalidade interna: referente, principalmente, às características psicológicas pessoais.
- b) Causalidade externa: provocadas pelas influências socioambientais vividas e observadas pelo indivíduo na sua trajetória de vida.

5.1 Causalidade interna

5.1.1 Conhecimento

Com relação a esse fator, parece haver diferenças entre os resultados encontrados nesta pesquisas e os resultados dos estudos realizados por Kornijezuk (2004). Para esse autor, os aspectos cognitivos e afetivos são indissociáveis na prática, embora a presença, na literatura pertinente, contemple com maior frequência as competências cognitivas.

Kornijezuk (2004) extraiu das falas dos empreendedores várias competências e as acomodou em duas dimensões: a dimensão afetiva e a cognitiva. Nos seus estudos, as competências afetivas apareceram, com maior intensidade, nas respostas dos empreendedores, contrariando os resultados deste estudo onde os empreendedores, tanto os de sucesso, quanto de insucesso atribuíram ao conhecimento, ou à falta dele, um das causas para o sucesso ou o insucesso do

empreendimento. Os valores efetivos também foram valorizados pelos empreendedores, embora com densidade menor.

Consideramos o conhecimento uma causalidade interna e o classificamos, então, de acordo com a teoria motivacional de Weiner (1972/1986) como um fator causal tridimensional; a dimensão *locus* de causalidade interna, grau de controlabilidade da situação, nesse caso, um fator controlável, ou seja, o indivíduo tem controle sobre o evento, e a dimensão grau de estabilidade é considerada como instável pela dependência disposicional do indivíduo.

Para os empreendedores de sucesso, a acumulação do conhecimento foi considerada fator determinante para a criação e manutenção durante os estágios de formação do empreendimento; a busca constante da informação e a capacitação do empreendedor e da sua equipe foram citadas intensivamente por esse grupo de empreendedores.

Dessa forma, os resultados aqui apresentados concordam com os postulados de Heider (1970), segundo o qual, a causalidade interna é atribuída diretamente ao indivíduo envolvido na ação, com a teoria motivacional de Weiner (1986), principalmente, quando enfatiza a importância dada pelos indivíduos aos fatores internos em situações de sucesso e, com os estudos de Sanábio (2001) a respeito da atribuição de causalidade ao sucesso.

A acumulação do conhecimento, por meio da busca de informações, também compõe o conjunto de características do comportamento empreendedor identificada nos estudos de McClelland (1972). O relatório de pesquisa do SEBRAE (2004) mostra que 49% dos empreendedores entrevistados atribuem ao bom conhecimento do mercado seu sucesso empresarial.

Para os empreendedores de insucesso, embora tenham citado o conhecimento quase tanto quanto os empreendedores de sucesso e reconheçam a importância do conhecimento para o sucesso empresarial, ao mesmo tempo também reconhecem, que não tiveram capacidade no sentido de se esforçar para buscar o conhecimento em suas mais variadas formas de apresentação. De certa forma, parece que esses empreendedores atribuíram aos fatores internos o insucesso empresarial, o que discorda da teoria motivacional e dos achados de Sanábio (2001).

Para Markman (2007), velhos conhecimentos permitem ao empreendedor entrar ou criar mercados e a competir, em distintos níveis de sucesso, com empresas estabelecidas ou com outros empreendedores.

Empreendedores também podem aproveitar vantagens quando seus conhecimentos podem ajudar a neutralizar ameaças e agrupar outros recursos e serviços. O conhecimento, na perspectiva analisada por Markman (2007) configura-se como uma competência valiosa do empreendedor, podendo se transformar numa competência para descobrir e utilizar recursos valiosos e raros.

Para os empreendedores de insucesso, embora tenham citado o conhecimento quase tanto quanto os empreendedores de sucesso e reconheçam a importância do conhecimento para o sucesso empresarial, ao mesmo tempo também reconhecem, que não tiveram capacidade no sentido de se esforçar para buscar o conhecimento em suas mais variadas formas de apresentação. De certa forma, parece que esses empreendedores atribuíram aos fatores internos o insucesso empresarial, o que discorda da teoria motivacional e dos achados de Sanábio (2001).

5.1.2 Capacidades

A categoria “capacidade” foi classificada por Weiner (1986) como uma causa interna, estável e incontrolável. Incontrolável, porque, mesmo sendo uma causa interna, o sujeito não tem controle sobre ela. O indivíduo tem ou não tem habilidades. O fato de ele não querer se apropriar dessa condição é uma outra discussão relacionada a outro fator esforço/intenção. A mesma coisa acontece com o grau de estabilidade; para Weiner (1986) ela é classificada como uma dimensão estável, por constituir uma propriedade disposicional ou invariante do indivíduo, mantendo-se constante no tempo.

Para os empreendedores de sucesso, a capacidade e as habilidades pessoais, como a capacidade individual, a capacidade de encontrar caminhos estratégicos e a capacidade de projetar uma visão, parecem ter um papel importante no desempenho empresarial dos empreendedores.

Esse resultado não traz nenhuma novidade ou surpresa. Uma possível explicação para essa atribuição pode se fundamentar na teoria motivacional de Weiner (1986), nos estudos de Coleta (1982) e nos resultados da pesquisa de Sanábio (2001). Todos esses trabalhos enfatizaram a preferência dos empreendedores pelos fatores disposicionais em situações de sucesso.

De acordo com Sanábio (2001) os participantes de seus estudos mostraram uma visão unânime acerca dos fatores disposicionais nas situações de sucesso e insucesso de um negócio ao privilegiarem as causas pessoais nas situações de sucesso.

Do mesmo modo que os resultados de Sanábio (2001) as preferências dos empreendedores participantes deste trabalho pelos fatores disposicionais para explicarem as suas condições de sucesso, podem ter sido influenciadas pelo viés “erro fundamental de atribuição”, privilegiando apenas as causas internas e minimizando os efeitos do ambiente externo.

Para os empreendedores de insucesso, embora com menor frequência de ocorrência, a capacidade e as habilidades também foram consideradas

importantes, inclusive a “capacidade visionária” foi mais valorizada para os empreendedores de insucesso do que os empreendedores de sucesso. No entanto, eles não atribuíram à ausência ou falta de capacidade individual e habilidades os seus desempenhos empresariais. Nesse sentido, os resultados apontam para concordância com os trabalhos da Sanábio (2001) uma vez que os empreendedores de insucesso reconheceram apenas a importância, mas, não atribuíram a estes fatores o fracasso de suas atividades.

5.1.3 Persistência

O grupo de empreendedores de sucesso tendeu a apresentar a percepção de que ser um empreendedor de sucesso ou mesmo de insucesso é algo que não depende somente do indivíduo apresentar certas características pessoais como a capacidade ou habilidade para realizar a tarefa, a aquisição do conhecimento, ou, ainda, conviver num ambiente propício e estimulador do empreendedorismo, mas também do fato de ele se dedicar e se esforçar para obtenção de seu próprio negócio, conseguindo, assim, superar ou não os obstáculos e atingir ou não os objetivos a que se propõe.

Uma das maiores contribuições de Heider (1970) na teoria das atribuições foi a diferenciação entre ser capaz no sentido de “poder” resolver uma tarefa e de se esforçar, “tentar” resolvê-la. Nesse caso, para Coleta (1982), o desejo do

indivíduo de fazer, de se esforçar e dedicar-se para algo é imperativo nas situações de realização.

Dentro da classificação de Weiner (1986), o esforço é um fator causal classificado também em três dimensões; a primeira dimensão é o locus de controle interno, portanto dependente do indivíduo, a segunda é o grau de estabilidade, sendo este fator considerado como instável e a terceira dimensão é controlabilidade do evento. Para Weiner (1986), o esforço deve ser considerado como controlável pelo indivíduo, isto é, ele tem a autonomia de escolher qual situação é favorável a despende mais ou menos energia para realizá-la.

Os empreendedores de insucesso pouco privilegiaram a persistência/esforço pessoal como fator causal para o encerramento de suas atividades. Esses resultados também não causaram nenhuma surpresa quando comparados aos achados de Sanábio (2001).

5.2 Causalidade externa.

Trigo (2002) defendeu a necessidade de compreender o fenômeno do empreendedorismo pelos valores sociais e culturais e não simplesmente influenciado pelo comportamento individual. Para Trigo (2002), um ambiente pode

ser constrangedor ou facilitador para obtenção de resultados organizacionais, mas dependente dos aspectos comportamentais e atitudinais do indivíduo.

Para Bussab e Ribeiro (1998) o homem é um animal diferente dos demais, não só pela linguagem, mas, principalmente pelo convívio social dentro de um arranjo cultural complexo. Dentro dessa complexidade vivida pelo ser humano dois fatores socioambientais emergiram da análise dos resultados, tanto para o grupo dos empreendedores de sucesso quanto para os de insucesso.

O contexto social, em especial as redes de contatos para esses empreendedores, parece constituir fator crítico de sucesso e fracasso. De acordo com Sanábio (2001), as relações sociais nas quais os indivíduos estão inseridos podem facilitar ou inibir o processo empreendedor.

Dentre as influências socioambientais citadas pelos empreendedores deste estudo, as redes sociais, em particular; as relações familiares e as experiências com outros empreendedores e as dificuldades encontradas pelos empreendedores, principalmente, pelo grupo Ei no ambiente externo foram as que mais mereceram atribuições causais no processo empreendedor.

5.2.1 O papel da família no processo empreendedor

Neste estudo, as relações familiares funcionaram de duas maneiras: um ambiente estimulador, favorecendo positivamente a escolha voluntária da atividade empreendedora e, num outro contexto, a ausência de um clima propício e motivador para a atividade empreendedora.

Os empreendedores de sucesso conviveram num ambiente familiar envolvido pela cultura empreendedora antes de iniciarem seus negócios. Apenas um desses empreendedores era filho de servidor público; quanto aos demais, os pais exerciam uma atividade empresarial. Esse fato pode ter influenciado e contribuído para que esses indivíduos iniciassem uma atividade empreendedora, embora nenhum dos empreendedores de sucesso tenha seguido a mesma atividade empresarial desenvolvida pelos familiares mais próximos no passado.

Os empreendedores de insucesso, com exceção de um, eram filhos de servidores públicos. Para eles, essa condição não foi considerada como positiva e motivadora para ingressar na vida profissional do empreendedorismo.

A Teoria motivacional de Weiner (1986) considera as dificuldades da tarefa ou as facilidades encontradas no ambiente como fator causal nas situações de realização. Esse fator ainda foi classificado em três dimensões: *locus* da causalidade: externa ao indivíduo; estável, isto é, perdurando num horizonte

temporal, podendo ser duradoura ou temporária; incontrolável porque é externa ao indivíduo, foge do seu domínio.

Com base na Teoria Motivacional de Weiner (1986), podemos classificar as relações familiares também como uma dificuldade ou uma facilidade do ambiente. Neste estudo, os empreendedores de sucesso atribuíram essas relações à facilidade encontrada no ambiente. Para os empreendedores de insucesso, a situação profissional vivida por seus familiares, na condição de funcionários públicos (80% deles) parece não ter contribuído efetivamente para o sucesso empresarial.

A constatação de que a convivência numa cultura familiar de empreendedores incentiva o indivíduo a empreender, talvez pudéssemos indagar se aqueles empreendedores que não obtiveram sucesso, caso estivessem na condição de convivência dos empreendedores de sucesso pudessem ratificar essa explicação para o sucesso dado pelos empreendedores de sucesso.

Esses resultados, de certa maneira, concordam com os achados dos estudos de Sanábio (2001). De acordo com a autora, os fatores disposicionais nas explicações para o sucesso de um empreendimento foram apontados pelos participantes da pesquisa como mais importantes que os situacionais, mostrando que acreditam, acima de tudo, na competência e esforço pessoal como critérios fundamentais para o sucesso do negócio.

Contudo, os empreendedores de sucesso deste estudo consideraram a importância da convivência com a família apenas para iniciar a atividade empresarial; essa não foi considerada uma causa do sucesso. Possivelmente, as metodologias utilizadas nos trabalhos foram diferentes. Enquanto Sanábio (2001) utilizava uma proposta com situações hipotéticas, no nosso trabalho, utilizou-se uma situação real.

Os resultados também concordam com a teoria do empreendedor de Filion (1999b). Para ele, os empreendedores com um passado de família de empreendedores têm vantagem sobre os demais indivíduos no processo empreendedor.

5.2.2 Empreendedores e amigos

As experiências profissionais vivenciadas num ambiente empresarial com outros empreendedores e com outras redes sociais constituídas, principalmente, por amigos e colegas de formação durante um período na trajetória de vida pessoal e profissional, parecem não terem feito diferença para os dois grupos de empreendedores deste estudo, pois ambos os grupos vivenciaram experiências na condição de empregados de organizações privadas e públicas, assim como mantiveram relacionamentos com amigos e colegas de formação.

Embora os dois grupos de empreendedores tenham considerado as influências oriundas do relacionamento interpessoal com essas redes sociais, citadas anteriormente, como importantes para a atividade empreendedora, foi no grupo dos empreendedores de sucesso, que essa dimensão ganhou maior atenção.

Para esse grupo, as redes sociais apontaram para uma facilidade encontrada no ambiente, propiciando o desenvolvimento do empreendedorismo. Para o grupo de empreendedores de insucesso pode ter sido uma dificuldade no ambiente externo.

De acordo com Coleta (1982) as dificuldades e facilidades encontradas é fruto de uma normatização social. Se muitos obtêm sucesso, essa tarefa é considerada fácil, e, se poucos conseguem, é considerada difícil ou é atribuída à incapacidade do sujeito.

Para os empreendedores de sucesso, participantes deste estudo, as relações familiares e a experiências com outros empreendedores foram importantes para a definição da ocupação profissional.

Com relação ao sucesso empresarial, esse foi atribuído a fatores internos. Talvez esses empreendedores tenham sofrido efeito do viés "erro fundamental de atribuição", De acordo com Coleta (1982), essa atribuição pode ser uma tendência de a pessoa supervalorizar os fatores internos e ao mesmo tempo desprezar os

fatores ambientais como se esses não exercessem nenhuma influência sobre o seu comportamento.

5.2.3 Dificuldades na tarefa ou facilidades encontradas no ambiente

Para os empreendedores de insucesso, as dificuldades encontradas no ambiente como; o capital, a concorrência, o crédito disponibilizado, o processo tecnológico e, as condições naturais, foram as explicações dadas por eles para o encerramento de suas atividades empresariais.

Essas explicações para o insucesso mostram-se em acordo com os estudos de Sanábio (2001) nos quais os participantes valorizaram mais as causas externas para justificar seus desempenhos diante de uma situação de fracasso. Concordam também com a pesquisa em nível nacional realizada pelo SEBRAE (2004) que evidenciou a preferência dos donos de empresas de insucesso pelas causas econômicas conjunturais e pela excessiva carga tributária brasileira.

Essas variáveis ambientais atribuídas pelos empreendedores ao fracasso de suas atividades, não foram valorizadas pelo grupo dos empreendedores de sucesso. Nesse sentido, esses empreendedores podem ter sofrido influência da presença do viés motivacional “erro fundamental de atribuição”. De acordo com Coleta

(1982), as pessoas têm a tendência, ao explicar uma conduta, de menosprezar os efeitos do ambiente externo e supervalorizar os aspectos disposicionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a coleta, análise e discussão dos resultados, chegou-se às seguintes considerações finais:

1ª – O grupo de empreendedores de sucesso parece ter sofrido influências de familiares empreendedores e das experiências vividas com outros empreendedores e contatos com amigos e colegas de trabalho e de formação para iniciar uma atividade empreendedora. No entanto, as explicações que esses empreendedores forneceram para os seus sucessos empresariais, além de incluírem os familiares como estímulo inicial, incluíram também aspectos cognitivos e os pessoais. Os aspectos cognitivos foram representados pela motivação e pela capacidade dos empreendedores de buscarem e absorverem informações relacionadas com a atividade empresarial e de se preocuparem com a capacitação da equipe.

Com relação aos aspectos pessoais, os empreendedores de sucesso atribuíram este à capacidade e habilidades individuais para traçar estratégias, prospectar o futuro e identificar oportunidades no ambiente e à persistência e ao esforço dedicado para realizar uma tarefa.

2ª - Do mesmo modo que os empreendedores de sucesso valorizaram as causas internas, como a busca do conhecimento, a capacidade e a persistência, o grupo

de empreendedores de insucesso, valorizou as dificuldades encontradas no ambiente para justificar seus fracassos. Para esse grupo os aspectos situacionais foram muito mais significantes do que os aspectos internos para justificarem o insucesso de suas atividades.

3ª - Os resultados também permitiram uma conclusão de que o referencial teórico de Weiner (1986), ao classificar as explicações em causas internas e externas é uma ferramenta importante para uma abordagem do empreendedorismo sob uma perspectiva cognitiva.

4ª - Os resultados obtidos e a análise da literatura indicam a importância de se considerar tanto o ambiente externo, que pode auxiliar ou dificultar o desenvolvimento do empreendedorismo, quanto os aspectos relacionados às características pessoais e cognitivas ao se considerar as possibilidades de sucesso ou fracasso de um empreendimento.

Concluimos este trabalho sugerindo a continuidade desta pesquisa. Os resultados aqui encontrados sugerem que o relato dos empresários sobre o sucesso ou fracasso de seus empreendimentos pode auxiliar na compreensão de fatores específicos do contexto no qual estão inseridos que influenciaram os resultados obtidos. A compreensão destes fatores pode levar a elaboração de planejamento de políticas de incentivo ao empreendedorismo que contemplem estas especificidades.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, Eunice Soriano de; FLEITH, Denise de Souza. **Criatividades: múltiplas perspectivas**. 3. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2003.
- AMARAL, Delano Chaves Gurgel. **Educação e formação de empreendedores pelas universidades**, Lisboa, 2000, 130 f. Tese (Doutorado em Gestão), Universidade Lusíada de Portugal, Lisboa, 2000.
- ANPROTEC. **A Evolução do movimento brasileiro de incubadoras – 2006: Número de incubadoras em operação**. Disponível em: <http://www.anprotec.org.br/ArquivosDin/Graficos_Evolucao_2006_Locus_pdf_59.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2010.
- BANDEIRA-DE-MELLO, R.; CUNHA, C. Administrando o risco: uma teoria substantiva da adaptação estratégica de pequenas empresas a ambientes turbulentos e com forte influência governamental. **Revista de Administração Contemporânea**. v. 8, ed. Especial, 2004.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2004.
- BARON, Robert A. Entrepreneurship: a process perspective. In: BAUM, J. Robert; FRESE, Michael; BARON, Robert A.. **The psychology of entrepreneurship**, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2007. p. 19-39.
- BAUM, J. Robert et al. Entrepreneurship as an area of psychology study: an Introduction. In: BAUM, J. Robert; FRESE, Michael; BARON, Robert A.. **The psychology of entrepreneurship**, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2007. p. 1-18.
- BENEDETTI, M. H. et al. As necessidades de auto-realização e a motivação do empreendedor: uma análise de empreendedores de micro e pequenas empresas da região de Barueri. In. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 29., 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. CD-ROM.

BERNARD, H. R. **Research methods in Antropology**: qualitative and quantitative approaches. 2 ed. Walnut Creek (EUA): Altamira Press, 1995.

BIERNACKI, P.; WALDORF, D. "Snowball sampling". **Sociological methods research**, v 5, n.2, p.141-163, 1981.

BUSSAB, Vera Silvia; RIBEIRO, Fernando Leite. Biologicamente cultural. In L. Souza; M. F. Q. Freitas; M. M. P. Rodrigues (Org.). **Psicologia**: Reflexões (im)pertinentes. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1998, p. 195-224.

CARLAND, J; CARLAND, J. A.; HOY, F. An entrepreneurship index: an empirical validation. In: Frontiers of Entrepreneurship Research, 1992, França. **Proceedings...** Massachussets: Babson College, 1992.

CARLAND, J. A.; CARLAND, J. W. **The theoritetical bases and dimensionality of the carland entrepreneurship index**. Proceedings of the RISE 96 Conference, University of Jyvaskylâ, Finlândia, 1996. p.1-24.

COLETA, José Augusto Della. **Atribuição de causalidade**: teoria e prática. Rio de Janeiro: FGV, 1982.

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO DOS VALES DO SÃO FRANCISCO E DA PARNAÍBA. **Vale do São Francisco**: aspectos sociais. Disponível em: <<http://www.codevasf.gov.br/osvales/vale-do-sao-francisco/aspectos-sociais>>. Acesso em: 12 jun. 2010. Publicado em 08 ago. 2006.

COSTA, Francisco José da. Fatores de influência no interesse empreendedor: uma análise junto a estudantes de turismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v. 2, n. 4, p.4-27, dez. 2008.

COSTA. Alessandra Mello da; BARROS. Denise Franca; MARTINS. Paulo Emilio Matos. Linguagem, relações de poder e o mundo do trabalho: a construção discursiva do conceito de empreendedorismo. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 5, sep./out. 2008.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 1. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 1. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999b.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

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

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): práticas e princípios**. 2 ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34 n. 2, p. 05-28, abr./jun., 1999a.

FILION, Louis Jacques. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores e pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 39, n. 4, p. 6-20, out./dez. 1999b.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Brasília: IEL.CNI Nacional, 2000, p. 13-41. cap. 1.

FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE. **Modelo de excelência da gestão®: uma visão sistêmica da gestão organizacional**. [2010]. Disponível em: <<https://www.fnq.org.br/site/376/default.aspx>>. Acesso em: 09 set. 2010.

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

HEIDER, Fritz. **Psicologia das relações interpessoais**. Tradução Dante Moreira Leite. São Paulo: Livraria Pioneira, 1970.

HISRICH, Robert. D. Entrepreneurship/Intrapreneurship. **American Psychologist**, volume 45, Issue 2, pages 209-222, February, 1990.

HISRICH, Robert. D.; PETERS, Michael. P.. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Banco de dados:** cidades@. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 12 jun. 2010. Bahia. Juazeiro.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Síntese das informações:** cidades@. [2008]. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/link.php?uf=ba>>. Acesso em: 12 jun. 2010. Bahia. Juazeiro.

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DA BAHIA. **Ofício s/n:** Números das empresas que registraram suas atividades no período de 2000 a 2009 em Juazeiro/BA. Juazeiro, 2010.

KORNIJEZUK, F. B. S. **Características empreendedoras de pequenos empresários de Brasília**. 2004, 128 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade de Brasília. Brasília, 2004.

LACHMAN, R. **Toward measurement of entrepreneurial tendencies**. *Management International Review*, v. 20, n.2, p. 108-116, 1980.

LAYDER, Derek. **Sociological practice:** linking theory and social research. London: Sage, 1988.

LOCKE, Edwin A.; BAUM, J. Robert. Entrepreneurial Motivation. In: BAUM, J. Robert; FRESE, Michael; BARON, Robert A.. **The psychology of entrepreneurship**, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2007. p. 93-112.

MACEDO, Fernanda Maria Felício; BOAVA, Diego Luiz Teixeira. Representações sociais de empreendedorismo. In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 5., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2008. Disponível em: <<http://diegoboava.files.wordpress.com/2008/07/representacoes-sociais-de-empreendedorismo1.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2010.

MACHADO, Márcio Roberto Loiola. **Educação do empreendedorismo: um estudo em instituição de ensino superior – Natal (RN)**. 2005, 98 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2005.

MARKMAN, Gideon D. Entrepreneurs' Competencies. In: BAUM, J. Robert; FRESE, Michael; BARON, Robert A.. **The psychology of entrepreneurship**, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2007. p. 67-92.

MCCLELLAND, David. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 10. ed. São Paulo: Hucitec, 2007.

NASSIF, Vânia Maria Jorge et al. Contribuição para o entendimento das competências do empreendedor: a derivação de um esquema a partir de relatos de trajetórias empresariais em pequenas empresas. In. Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD 2004. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/evento.php?acao=trabalho&cod_edicao_subsecao=39&cod_evento_edicao=8&cod_edicao_trabalho=1018>. Acesso em: 26 jul. 2010.

ORTIGARA, Anacleto Ângelo. **Causas que condicionam a mortalidade e/ou o sucesso das Micro e Pequenas Empresas do Estado de Santa Catarina**. 2006. 173 f. Tese (Mestrado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2006.

PASSOS, Carlos Artur Krüger et al. **Empreendedorismo no Brasil: 2007**. Curitiba: IBQP, 2008. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=672>>. Acesso em: 13 jun. 2010.

PERRENOUD, P. **Construir as competências desde a escola**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

PIAZZA-GEORGI, Barbara. The role of human and social capital in growth: extending our understanding. In: **Cambridge Journal of Economics**. v. 26, n. 4, 2002, p. 461-480.

PROJETO E. **Programa 10:** Aprendendo a empreender. 1998. Disponível em: <http://www.projeto.org.br/tv/prog10/html/prog_10.html>. Acesso em: 13 jun. 2010. Reportagem de Empretec/Sebrae-SP.

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

SÁ, Lucas Guimarães Cardoso de. **Atribuição de causalidade ao nível de competência em jogadores de futebol.** 2009. 195 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2009.

SANÁBIO, Stela Maris Santana. **Atribuição de causalidade ao sucesso ou fracasso dos negócios por empreendedores e não empreendedores:** um caso exploratório. 2001. 296 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Universidade Gama Filho. Rio de Janeiro, 2001.

SARKAR, Soumodip. **O Empreendedor inovador:** faça diferente e conquiste seu espaço no mercado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SCHUMPETER, Joseph A. **Fundamentos do pensamento econômico.** Tradução Edmond Jorge. Revisão técnica de Maria José C. Monteiro. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1968.

SCHUMPETER, Joseph A. **Imperialismo e classes sociais.** Tradução Waltenir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1961.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil.** Brasília: SEBRAE, ago. 2004.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Sobrevivência e mortalidade de empresas paulistas de 1 a 5 anos:** relatório final. São Paulo: SEBRAE, 2003. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br/Principal/Conhecendo%20a%20MPE/>>. Acesso em: 09 ago. 2010.

SILVA, Marco Antonio Oliveira Monteiro da. **Dimensões culturais do empreendedorismo: uma comparação Brasil – Portugal.** 2006. 100 f. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Administração). Faculdade de

Economia e Finanças Ibmec, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://www.ibmecrj.br/sub/RJ/files/ADM_marcosilva_dez.pdf>. Acesso em: 09 ago. 2010.

SILVEIRA, Lucimar Leão. **Metodologia do ensino superior**. 6. ed. Lavras: UFLA/FAEPE, 1998.

SOUZA, Eda Castro Lucas de. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação Universidade-Empresa. In: SOUZA, Eda Castro Lucas de (Org.). **Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas**. Brasília: ANPROTEC, 2001, p. 28-41.

TIMMONS, J. A. **New venture creation: entrepreneurship for the 21st century**. New York: McGraw-Hill/Irwin, 1999.

TRIGO, V. M. **Entre o Estado e o mercado: empreendedorismo num contexto de mudança**. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e a Empresa, 2002.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Tradução de José Marcos Mariani de Macedo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WEINER, B. Theory of motivation for some classroom experiences. **Journal of education psychology**, n. 71, p. 3-25, 1979.

WEINER, B. **Attributional theory of motivation and emotion**. New York: Springer-Verlag, 1986.

WEINER, B. **Theories of motivation: from mechanism to cognition**. Chicago: Rand McNally, 1972.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário: 1º Bloco**Empresário:****Estado civil:****Sexo:** Masculino () Feminino ()**Natural de:****Grau de instrução:** Fund. incompleto () Fund. completo () Ens. médio incompleto () Ens. médio completo () Ens. superior incompleto () Ens. superior completo () Especialista () Mestre () Doutor ()**Idade:** Entre 18 e 23 anos () Entre 24 e 29 anos () Entre 30 e 35 anos () Entre 36 e 41 anos () Entre 42 e 47 anos () Acima dos 48 anos ()**Empresa:****Setor:** Agropecuário () Serviços () Indústria ()**Data de abertura da empresa:****Quantos colaboradores?**

Muito obrigado,

Juazeiro (BA), ____ de _____ de 2009.

Entrevistado: _____

Pesquisador: _____

APÊNDICE B – Questionário: 2º Bloco

1. Pense na sua trajetória de vida e no seu empreendimento. O que você considera que foi importante para o sucesso/insucesso do seu empreendimento. Quero dizer, o que pode ter contribuído para o sucesso/insucesso dele?
2. De todos os fatores que você citou como importante você os colocaria em alguma ordem de importância?
3. Imagine uma pessoa empreendedora. Qualquer pessoa. Como você caracterizaria essa pessoa? Que características pessoais ela teria?
4. Voltando ao sucesso/insucesso do seu empreendimento, você vê alguma relação entre sua trajetória de vida e o desenvolvimento do seu empreendimento?

ANEXOS

ANEXO A – Empresas registradas na JUCEB em Juazeiro (BA)

Tabela 3 – Empresas de Juazeiro (BA) registradas na Juceb no período de 2000 a 2009.

Quant.	Ano de constituição:										Total
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Porte											
Pequeno	6	3	3	5	3	6	5	5	12	2	50
Micro	302	383	369	315	390	405	390	484	503	238	3779
Não	112	141	87	84	81	109	96	109	81	42	942
Total geral	420	527	459	404	474	520	491	598	596	282	4771

Fonte: JUCEB (2010)

ANEXO B – Termo de consentimento livre e esclarecido

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA MINTER/DINTER-CAPEIS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Pesquisa

Projeto de dissertação de Mestrado, do Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal do Espírito Santo, Projeto MINTER/DINTER com a Universidade Federal do Vale do São Francisco.

Mestrando

Deranor Gomes de Oliveira – Mestrando em Psicologia, UFES/UNIVASF
Tel.: (87) 3862 9374/9375. Cel.: (87) 8813 0903 ou pelo e-mail deranor@hotmail.com ou ainda deranor.oliveira@univasf.edu.br

Orientador

Dr^a Rosana Suemi Tokumaru – Professora do Departamento de Psicologia Social e do Desenvolvimento - UFES

Natureza da pesquisa

Micro e pequenos empresários são convidados a participarem desta pesquisa acadêmica, desenvolvida como parte das atividades do pesquisador para a obtenção do grau de mestre em Psicologia pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFES.

Propósito da pesquisa

Investigar a atribuição de causalidade de sucesso e insucesso de micro e pequenas empresas por empreendedores do Vale do São Francisco (VSF) especificamente no município de Juazeiro (BA). Outros estudos científicos foram realizados com micro e pequenos empresários em vários países, inclusive no Brasil, mas pouco se sabe sobre as atribuições de causalidade do sucesso e do insucesso dos empreendimentos no Vale do São Francisco.

Participantes da pesquisa

10 (dez) micro e pequenos empresários sediados no município de Juazeiro (BA).

Envolvimento na pesquisa

Para participar da pesquisa o empresário receberá uma explicação oral e duas cópias deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Uma cópia ficará com o proprietário da empresa (entrevistado) e outra deverá ser entregue ao professor pesquisador (entrevistador). Os contatos iniciais serão feitos por telefone, internet ou pessoalmente, para fornecer as informações necessárias. Os encontros acontecerão preferencialmente nas dependências da própria empresa ou em outro local que o empresário achar apropriado, em horários determinados pelo mesmo. Assim que a pesquisa for concluída as informações serão disponibilizados aos empresários entrevistados. O empresário tem o direito de não participar da pesquisa ou abandoná-la em qualquer momento, sem prejuízo para ele ou para o responsável. Sempre que quiser, o empresário poderá pedir mais informações sobre a pesquisa. Para isso, pode entrar em contato com o pesquisador por meio dos telefones e e-mail fornecidos acima. Se você achar necessário, pode contatar a secretaria da Universidade Federal do Espírito Santo/Vale do São Francisco.

Sobre os encontros

Os encontros serão agendados conforme disponibilidades do empresário, sempre com a preocupação de não interromper as suas atividades regulares. Durante os encontros, os participantes irão responder um questionário semi-estruturado com questões abertas sobre fatores considerados por ele como importantes para o sucesso/insucesso de seu empreendimento descrevendo uma relação entre o fator considerado importante e o impacto que teve sobre o empreendimento. Como tratará de questões abertas, podendo surgir outras perguntas e maiores explicações, não será possível fazer uma previsão do tempo necessário para concluir a entrevista.

Risco e desconforto

A participação nessa pesquisa não traz riscos ou desconfortos para os participantes. Para prevenir e evitar qualquer constrangimento em responder o questionário e evitar qualquer possibilidade de violação da privacidade e da individualidade dos micro e pequenos empresários, não será feita qualquer identificação nominal dos participantes.

O participante assinará e colocará o número de algum documento de identificação. Com a garantia de que será mantido em sigilo na divulgação das informações e na apresentação dos dados na dissertação.

Confidencialidade

Todas as informações coletadas nesse estudo são estritamente confidenciais, ou seja, será mantido sigilo absoluto das informações colhidas e, em momento algum, será divulgado o nome ou invadida a privacidade do micro e pequeno empresário. Apenas o professor pesquisador e o professor orientador da pesquisa terão acesso aos questionários respondidos. Os resultados obtidos serão empregados exclusivamente para a finalidade contida no protocolo e para divulgação em periódicos (revistas especializadas em publicações científicas) e eventos científicos.

Benefícios

Participando desta pesquisa, os empreendedores não terão nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo nos desse informações a respeito de fatores importantes para o sucesso/insucesso de atividades econômicas. Essas informações poderão ser usadas em benefício de estudantes, professores e/ou qualquer cidadão que se proponha a empreender atividades empresariais.

Pagamento

O participante da pesquisa não terá nenhum tipo de despesa participando desta pesquisa. Também nada será pago por sua participação. No entanto, caso o participante tenha interesse será disponibilizado uma cópia digital da dissertação disponível nas instituições realizadoras. Gostaria de lembrar que este projeto de pesquisa foi previamente aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Vale do São Francisco.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu interesse em participar da pesquisa.

Entrevistador

Juazeiro (BA), ____ de _____ de 2009.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.