

**FACULDADE DE PATOS DE MINAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ROVAINE RODRIGUES SILVA ROSA

**EMPREENDEDORISMO E SUAS FERRAMENTAS DE
APOIO**

ROVAINE RODRIGUES SILVA ROSA

**EMPREENDEDORISMO E SUAS FERRAMENTAS DE
APOIO**

Monografia apresentada à Faculdade Patos de Minas como requisito parcial para a conclusão do Curso de Graduação em Administração.

Orientadora: Prof.^a Esp. Sabrina Rodrigues Nunes.

**PATOS DE MINAS
2011**

658

ROSA, Rovaine Rodrigues Silva

R788e

Empreendedorismo e suas ferramentas de apoio /
Rovaine Rodrigues Silva Rosa – Orientadora: Prof.
Esp. Sabrina Rodrigues Nunes. Patos de
Minas/MG: [s.n], 2011.

50p.: il.

Monografia de Graduação - Faculdade Patos de
Minas.

Curso de Bacharel em Administração

ROVAINE RODRIGUES SILVA ROSA

EMPREENDEDORISMO E SUAS FERRAMENTAS DE APOIO

Monografia aprovada em 14 de junho de 2011, pela comissão examinadora constituída pelos professores:

Orientador: _____
Prof.^a Esp. Sabrina Rodrigues Nunes
Faculdade Patos de Minas

Examinador: _____
Prof.^a Esp. Ana Cláudia Roldan de A. Pereira
Faculdade Patos de Minas

Examinador: _____
Prof. Esp. Geraldo Alves Mundim Junior
Faculdade Patos de Minas

Dedico este trabalho aos meus filhos, meu esposo, pais, irmãos, cunhados, sogra e amigos que me apoiaram e muito contribuiu nessa jornada, e a todos os meus colegas do curso de Administração da Faculdade de Patos de Minas que atribuem o empreendedorismo como mola propulsora do progresso e desenvolvimento de Patos de Minas e Região.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primordialmente, a Deus, que me permitiu sonhar de uma forma que engrandecesse meus horizontes. Sonhei, busquei e conquistei, porque sempre estiveste ao meu lado, nas minhas quedas, fraquezas, lutas, vitórias e derrotas. Sei que, principalmente agora, estás ao meu lado, me mostrando mais uma vez a força do seu amor, para juntos comemorarmos, OBRIGADO SENHOR!

Papai e mamãe, hoje, neste momento especial, envolto em clima de encantamento e sonho; procuro seus olhos na platéia... Os mesmos olhos que ansiosos, acompanharam meus primeiros passos. Olhos que me viram crescer e passaram noites velando o meu sono agitado. Olhos preocupados ao ver que eu não era mais uma criança e aos poucos ganhava o mundo. Olhos que brilharam com minhas conquistas. Olhos intensos, ternos, que transmitiram a força necessária nos momentos críticos. E quando encontro seus olhos na platéia, orgulhosos, conseguem ler no meu rosto as palavras que a emoção me impede de dizer: OBRIGADO!

Aos meus irmãos, sobrinhos e cunhados, que entenderam minha ausência, aceitaram minhas omissões, compartilharam de minhas lágrimas e sorrisos, dividimos, agora, o mérito desta conquista. As alegrias de hoje também são suas, pois o amor, estímulo e carinho de vocês foram as armas desta vitória. Agradeço à todos vocês, em especial minha irmã Rovene, que pode se fazer presente e atuante nesta trajetória, um modelo de mulher, profissional e pessoa; humilde, sábia, amorosa e inteligente, meu espelho de conduta.

Aos meus grandes amores, Matheus Henrique e Luiz Fellipe, obrigado por entenderem minha ausência, a mamãe ama vocês e sempre busca o melhor pra nossa família. Vocês são muito importantes pra mim, o amor de vocês muito me ensinou, me deu força e coragem, e me mostrou que o amor verdadeiro supera tudo. Acreditando que mais vale a tentativa de fazer algo, do que esperar que alguém a faça por nós... Na tentativa de acertar, muitas vezes errei, tudo por amar demais vocês.

A minha sogra Maria Elizabeth, que me acolheu como uma filha, fazendo parte dos meus dias com sua dedicação, carinho e amor, cuidando dos meus filhos como se fossem seus, apoiando e incentivando o meu progresso, muito obrigado!

A você Edinho, que me fez tremer, sentir calafrios, o coração a cavalgar; um amor verdadeiro e avassalador; que deu asas aos meus sonhos, que sonhou junto, caminhou de mãos dadas comigo, acreditou e confiou em mim, obrigado por estar comigo, esta vitória também é sua.

Impossível esquecer Amor! A estrada foi longa... Em você encontrei a força e o incentivo necessário para continuar caminhando. Pelas horas que, juntos nos divertimos, compartilhando alegrias, sorrisos e mesmo pelos momentos de desencontros, pelos votos de confiança, que me fez crescer e não desistir no meio do caminho, obrigado, amo você!

Agradeço a minha orientadora professora Sabrina Rodrigues, a professora de TCC Nayara Lima e todos os profissionais que contribuíram para minha formação acadêmica, pela dedicação em doar seu conhecimento com tanto apreço, me motivando e fazendo acreditar na profissão de Administrador. Com você Sabrina, aprendi que o educador deve ser não um sábio, mas sim um homem diferenciado para sua educação, pela força de seus costumes, pela maturidade de seus modos, jovial, dócil, acessível, amigo, franco, enfim, em quem se encontre muito que imitar e pouco que corrigir.

Aos meus colegas, amigos, companheiros de trajetória; especialmente Hélio, Núbia, Isael e Marieta; o destino nos fez encontrarmos num mesmo caminho, viemos de pontos distantes, vimos o crescer de cada um juntos. Agora chegou a hora de caminharmos sozinhos, cada um seguindo o seu próprio destino, resta uma saudade e a certeza de que sempre estaremos juntos, mesmo distantes. Nós não nos despedimos, apenas seguimos o curso normal da vida, para darmos ao destino o prazer de nos reencontrarmos, que todos tenham sorte em suas escolhas e que o caminho seja iluminado.

Adeus jamais, até breve!

“Não vá para onde o caminho o leva. Vá pelo contrário, por onde não há um caminho e deixe suas pegadas”.

Ralph W. Emerson

RESUMO

O presente trabalho teve como proposta traçar o perfil do conhecimento empreendedor brasileiro e identificar as principais causas da mortalidade das empresas. O estudo do tema empreendedorismo tem se tornado de suma importância, gerador de desenvolvimento e renda no país. Porém, o empreendedorismo brasileiro é deficitário, o assunto tem recebido pouco tratamento investigativo, podendo, inclusive alavancar o mercado brasileiro. Para tanto o trabalho foi realizado através de subsídios teóricos subtraídos de pesquisas bibliográficas, identificando os empreendedores, suas ações e reações mercadológicas. A falta de planejamento ou sua má execução ao abrir uma empresa pode causar a falha de um sistema organizacional. Tais consequências se tornam cada vez mais frequentes no Brasil, quais as causas que levam a abertura e o fechamento de uma empresa em menos de um ano? A solução está nas ferramentas de apoio já existentes e pouco utilizadas, que orientam e preparam o empreendedor para o mercado. As principais ferramentas existentes são: SEBRAE, IES, Sindicatos e Incubadoras de empresas que propulsionam o empreendedorismo no mercado, proporcionando o desenvolvimento do país.

Palavras-chave: Ferramentas de apoio. Mortalidade. Empreendedorismo. Empreendedor.

ABSTRACT

This work aimed to profile the knowledge Brazilian entrepreneur and identify the main causes of mortality among companies. The study of entrepreneurship has become a topic of great importance, and income-generating development in the country. But the Brazilian entrepreneurship is deficient; the subject has received little investigative treatment that can even leverage the Brazilian market. For this work was done through subsidies subtracted from theoretical literature searches, identifying entrepreneurs, marketing their actions and reactions. The lack of planning or implementing its bad when you open a company may cause the failure of an organizational system. These consequences become increasingly frequent in Brazil, what causes that lead to opening and closing a business in less than a year? The solution lies in tools to support existing and underused, which guide and prepare the entrepreneur to the market. The main tools available are: SEBRAE, IES, unions and business incubators that will propel the enterprise market, providing the country's development.

Keywords: Support tools. Mortality. Entrepreneurship. Entrepreneur.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Evolução da taxa de empreendedores iniciais.....	18
Figura 2 -	A hierarquia das necessidades, segundo Maslow.....	32
Figura 3 -	Condições para empreender no Brasil – Comparativo 2002 e 2010.....	35
Figura 4 -	Etapas do processo decisório.....	38

LISTA DE ORGANOGRAMA

Organograma 1 - A velha estrutura funcional.....	40
Organograma 2 - A nova estrutura por equipes.....	40

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Evolução dos empreendedores no Brasil (Oportunidade X Necessidade).....	22
Quadro 2 - Características do perfil empreendedor.....	24
Quadro 3 - Competências a serem desenvolvidas.....	30
Quadro 4 - Fases do processo de criação de empresas.....	35
Quadro 5 - Os princípios da organização baseada no conhecimento.....	36
Quadro 6 - Exemplos de dinâmicas de grupo e jogos interativos.....	49
Quadro 7 - Dez dicas importantes para a sobrevivência do negócio.....	54

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

SEBRAE	Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas
SOFTEX	Sociedade brasileira para exportação de Software
IES	Instituto de ensino superior
IBQP	Instituto brasileiro da qualidade e produtividade
GEM	Global Entrepreneurship Monitor

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR	17
2.1	Empreendedorismo: oportunidade X necessidade.....	21
2.2	Empreendedorismo nato ou adquirido?.....	22
2.3	O Empreendedor.....	23
2.4	Características empreendedoras.....	24
2.5	Empreendedor Corporativo.....	26
2.6	Diferenças entre empreendedores e administradores.....	27
3	FATORES DE MORTALIDADE PRECOCE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	29
3.1	Principais causas da mortalidade.....	32
3.2	Iniciando um negócio.....	34
3.3	Inovação como ferramenta de sobrevivência.....	39
4	FERRAMENTAS DE APOIO AO EMPREENDEDOR	41
4.1	Entidades de classe.....	44
4.2	Órgãos de fomento.....	55
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
	REFERÊNCIAS	60

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem ganhando mercado por suas características inovadoras. O ato de criar novos mercados, inserir novidades, correr riscos calculados, captar oportunidades são determinantes ao empreendedor que por sua vez deve ser também administrador.

Dornelas (2001) diz que o ato de empreender surgiu da necessidade de adaptação as mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não por modismo.

Este trabalho foi motivado pelo desejo de entendimento e esclarecimento quanto às causas da mortalidade precoce das empresas, dentre as variáveis as que mais se destacam são: falhas gerenciais, burocracia na constituição, problemas financeiros, ausência de pesquisa de mercado e falta de conhecimento sobre gestão e também pela necessidade de conhecer melhor as ferramentas disponíveis no mercado que existem em prol do empreendedor, de forma à auxiliá-los na abertura e gestão de seus empreendimentos como forma de diminuir o índice de mortalidade de micro e pequenas empresas.

Essa conjunção de fatores somados provoca a liquidez de várias empresas e na maioria das vezes os empresários não se dão conta nem das causas que o levaram a insolvência.

Este estudo será aprimorado por dois tipos de pesquisa. Pesquisa exploratória, ampliando conhecimentos da problemática em questão causas da mortalidade precoce das empresas, familiarizando as situações decorrentes, analisando por estudos bibliográficos, objetivando a elaboração de hipóteses que solucione o problema em questão, que selecionará e organizará as fontes mais relevantes do tema por meio da busca de autores e especialistas em ferramentas empreendedoras e mortalidade das empresas para obtenção de conhecimentos específicos do assunto.

Por fim o presente trabalho tem como objetivo geral compreender e avaliar as principais causas da mortalidade precoce das empresas brasileiras; levando em consideração o déficit de aprendizado, costumes e barreiras a serem quebradas;

desenvolvendo sistemas eficazes para a redistribuição curricular; objetivando o crescimento e aprendizado empreendedor. Reconhecer situações de risco e planejar controles adequados a cada situação; apresentar sugestões que possam minimizar a extinção de novos empreendimentos, ampliando sua longevidade, estabelecendo relação que caracteriza o perfil dos dirigentes e a mortalidade, e identificar relações de conhecimento e aprendizado empreendedor.

O objetivo específico do trabalho está relacionado à existência e identificação de ferramentas de apoio ao empreendedor, onde encontrar e quando utilizar.

Desse modo, foi organizada uma sequência lógica dos resultados encontrados nas diversas fontes bibliográficas, como livros, revistas, sites e jornais pertinentes ao assunto. O procedimento metodológico, portanto, tem por base uma revisão teórica descritiva, onde se buscou dissertar sobre aspectos ligados ao conhecimento específico dos empreendedores, sendo dividido em três capítulos.

O primeiro capítulo aborda as características empreendedoras e seu surgimento, fazendo uma analogia sobre o perfil empreendedor e a trajetória do empreendedorismo brasileiro, de maneira a demonstrar que o empreendedorismo é fundamental para o bom desempenho e vitalidade das organizações.

O segundo capítulo apresenta uma relação entre as principais causas da mortalidade das empresas, visando à identificação das mesmas, para minimização de erros sequenciais, de forma a demonstrar que tais elementos sempre devem ser levados em conta em um sistema empreendedor.

O terceiro capítulo exhibe ferramentas que podem ser implantadas nas organizações, desde a formulação da idéia até sua execução, proporcionando aos seus dirigentes o apoio e conhecimentos necessários, de modo que melhore a percepção de mercado e a visão sistêmica do negócio, garantindo melhores resultados e vida útil das empresas.

2 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

A expressão empreendedorismo tem ganhado dimensões e variáveis múltiplas, a cada instante, se tornam mais acessíveis às informações e estudos sobre empreendedorismo, enfatizando sua importância e necessidade na geração de desenvolvimento e renda no país.

O empreendedorismo brasileiro foi impactado na década de 1990, com a evolução da tecnologia, o país precisava expandir para acompanhar e atender as necessidades tecnológicas. Neste período surgiram duas entidades: SEBRAE (Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas) e SOFTEX (Sociedade brasileira para exportação de software) que foram as propulsoras do empreendedorismo brasileiro. Para que as exportações de software viessem a acontecer, era preciso pessoas ousadas, com grandes iniciativas e idéias inovadoras (DORNELAS, 2005).

O Brasil ainda se encontrava estagnado ao empreendedorismo, não havia incentivos e pouco se sabia sobre o ato empreendedor. As pessoas que se propunham a atitude de abrir uma empresa, não tinham conhecimento hábil, não planejavam e muitas vezes o capital não era suficiente, apenas impulsionada por um sonho ou uma idéia, e assim, abriam uma empresa.

Com a criação do SEBRAE este quadro foi alterado, a entidade orienta, apóia e estimula a vontade das pessoas em tomar iniciativas, planejar e se preparar para o mercado, assim, o empreendedorismo ganhou mercado e conseqüentemente o coração de pessoas de visão, determinadas, sonhadoras e que se encorajam aos riscos e recompensas. Assim sendo, o mercado brasileiro atinge em 2010 o mais elevado índice empreendedor (figura 1).

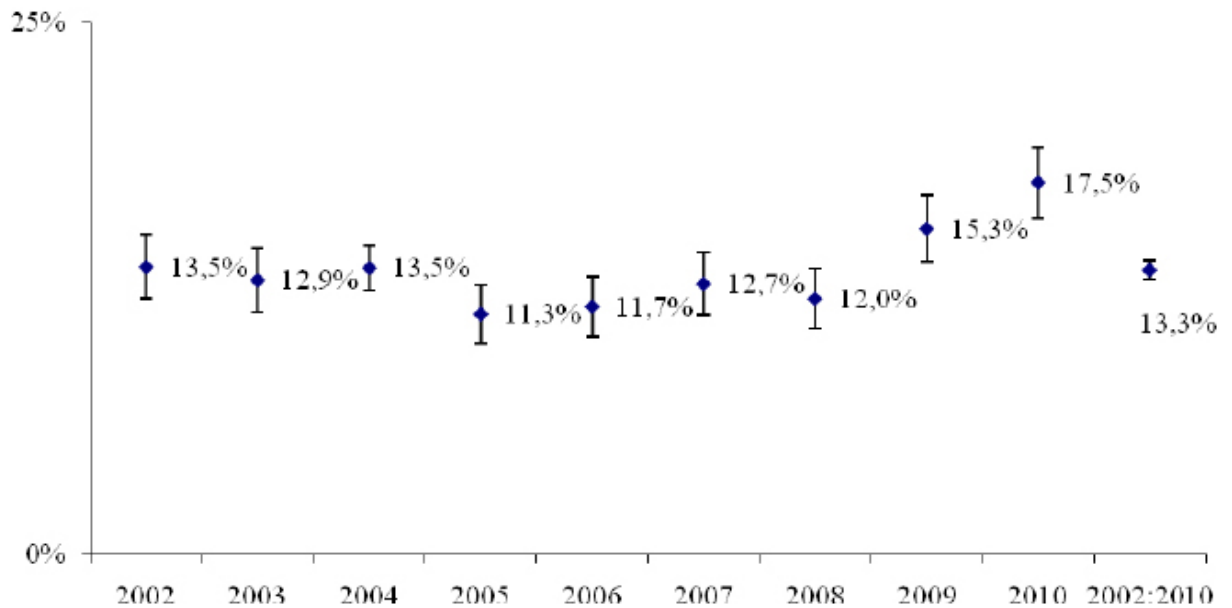


Figura 1 – Evolução da taxa de empreendedores iniciais

Fonte: Pesquisa GEM Brasil (2010)

A SOFTEX, incubadoras de empresas e as universidades também tiveram um papel de grande importância no despertar empreendedor, impulsionando e orientando a atividade empreendedora com business plan (plano de ação), pesquisas de mercado (localização, produtos ou serviços, demandas e outros) e indicando entidades de apoio ao crédito.

Diante desta mudança, o mercado foi evoluindo, e hoje o Brasil conta com muitas entidades, programas, universidades, escolas, incubadoras e empresas que apoiam e incentivam o empreendedorismo, mesmo assim muitas pessoas ainda não têm conhecimento das ferramentas empreendedoras e continuam arriscando suas idéias e anseios sem prospecção de retorno, se orientando apenas pelo desejo próprio.

A princípio o empreendedorismo teve apoio dos cursos de ciência da computação, informática e engenharia, tendo em vista a capacidade de gerir e o conhecimento tecnológico, posteriormente os cursos de administração e técnico em empreendedorismo. Atualmente o SEBRAE ainda é o grande difusor do empreendedorismo brasileiro, com apoio, cursos, palestras, sistema de consultas, acompanhamento e programas de incentivo pela internet, premiando as melhores

criações e desenvolvimento de business plan de empresas start-ups (iniciantes), composto por grupos universitários.

Embora tenhamos este portfólio de ferramentas, o empreendedorismo ainda é um objeto de pesquisas acadêmicas e estudos de casos, tendo em vista, a falta de políticas públicas bem definidas para a sua consolidação, a iniciação de ensino empreendedor no ensino médio para a formação de novos empreendedores, uma vez que, o costume brasileiro é preparar para ser empregado e não empregador, uma cultura ainda fechada aos horizontes do empreendedorismo.

A falta de uma cultura voltada ao empreendedorismo ainda é um paradigma no Brasil, os principais riscos dos empreendedores são: não ter muito claro se o negócio faz sentido em sua vida, não definir com muita clareza quais são os objetivos sociais do negócio e as questões de planejamento, definindo assim, a falta de preparo e conhecimento empreendedor, a falta de reconhecimento e valores também não passa de um tabu, segundo Dornelas (2005, p. 29).

Um último fator, que dependerá apenas dos brasileiros para ser desmistificado, é a quebra de um paradigma cultural de não valorização de homens e mulheres de sucesso que têm construído esse país e gerado riquezas, sendo eles os grandes empreendedores, que dificilmente são reconhecidos e admirados. Pelo contrário, muitas vezes são vistos como pessoas de sorte ou que venceram por outros meios alheios à sua competência. Isso deverá levar ainda alguns anos, mas a semente inicial foi plantada. É necessário agora regá-la com zelo, visando à obtenção de um pomar com muitos frutos no futuro.

No Brasil, a capacidade desenvolvida por meio de educadores é baixa, embora tenha sofrido grandes avanços. O Brasil é um país movido por etnias (costumes e tradições) e o empreendedorismo faz parte de uma minoria, pais empreendedores igual a filhos empreendedores, pais assalariados, filhos assalariados.

Os estudos iniciais de empreendedorismo se dão na maturidade, embora haja um movimento para o seu ingresso na puberdade, o Brasil tem apresentado um crescimento empreendedor favorável, mas não satisfatório de acordo com Dornelas (2001, p. 26).

[...] o Brasil parece como o país que possui a melhor redação entre o número de habitantes adultos que começam um novo negócio e o total dessa população: 1 em cada 8 adultos. Nos Estados Unidos esta relação é de 1 em cada 10; na Austrália, 1 em cada 12; na Alemanha, 1 em cada 25; no Reino Unido, 1 em cada 33; na Finlândia e na Suécia, 1 em cada 50; e na Irlanda e Japão, 1 em cada 100. Isso mostra que apesar de ocorrer de forma não tão organizada como em países mais desenvolvidos, o empreendedorismo no Brasil exerce papel fundamental na economia, merecendo o tema estudos mais aprofundado.

O termo empreendedorismo recebeu e recebe vários conceitos, abordagens de diferentes autores ao longo de sua história. Isso porque, o tema tornou-se objeto de estudo das mais diversas áreas, mas todos chegam à idéia central de inovação, introdução de novidades, rendimentos e oportunidades.

Segundo Dornelas (2005, p. 39), “[...] empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso [...]”.

Dos conceitos mais comuns aos mais audaciosos, empreender é sempre uma arte, criando expectativas e anseios aos mais diversos público, trazendo a graça de algo novo, cada vez mais direcionado à pessoa do cliente (customização).

Bernardi (2003, p. 63) define: “a concepção de um empreendimento, por vezes, nasce de habilidades, gosto e outras características pessoais, até mesmo por pessoas que não tiveram experiência com o ramo, inovando ou criando novas formas de negócio”.

O empreendedorismo ainda enfrenta o medo das pessoas em correr riscos, e os vários mitos como: as oportunidades não batem a minha porta, mas será que consigo enxergá-la? Só é empreendedor quem é filho de empreendedor, mas quem iniciou o primeiro empreendimento? As pessoas não buscam por si próprias visualizar e notificar o que há de melhor, ficam lamentando de cabeça baixa, por isso, quando olham, a oportunidade está em outras mãos.

Para Bernardi (2003, p. 63)

A idéia de um empreendimento surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo. As oportunidades detectadas ou visualizadas, racional ou intuitivamente, das necessidades e das demandas prováveis, atuais e futuras, e necessidades não atendidas definem a idéia do empreendimento.

Empreender é estar atento a tudo e todos, focado nas tendências e anseios da população, desenvolvendo cautelosamente as empreitadas que poderá vir a acontecer, utilizando informações filtradas do mercado para sobressair ao concorrente.

Entendendo melhor o contexto empreendedor é possível descrever que todos nós temos capacidades e habilidades para desenvolver e atingir um patamar de sucesso. Assim, “o sucesso depende também de muito estudo e planejamento”. (VARELLA, 2009, p. 56).

2.1 Empreendedorismo: oportunidade X necessidade

O Projeto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) avalia o empreendedorismo no mundo e formula indicadores comparativos sobre esse fenômeno, enfatiza as diferenças entre o empreendedorismo gerado por necessidade e por oportunidade.

O empreendedorismo por oportunidade, em geral, é caracterizado pela criação de empresas de maior complexidade organizacional, maior nível de tecnologia e maior conhecimento de mercado por parte do empreendedor. É sem dúvida um negócio vantajoso e tem atraído a atenção dos programas de ensino e apoio a novos empreendimentos no Brasil e no mundo.

Reflete-se o fato de que o Brasil pertence ao grupo de países com elevada ocorrência de empreendedorismo por necessidade, fortemente associado a estratégias de sobrevivência familiar, sendo em sua maioria, de pequeno porte, com baixa tecnologia e baixo aporte de capital, com reduzida capacidade de geração de empregos e riqueza, tendo baixa influência no desenvolvimento do país.

O empreendedorismo de oportunidade se distingue em saber perceber e aproveitar a oportunidade ofertada, e o empreendedorismo de necessidade busca atender o desejo de independência, de agregar renda, de ter uma atividade independente, auto-realização.

Dornelas (2005, p. 28) caracterizou o empreendedorismo de oportunidade como empreendedor visionário que sabe aonde quer chegar, planeja a criação e o crescimento do negócio e visa geração de lucros, empregos e riquezas, e o empreendedorismo de necessidade por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativa de renda, para atender necessidades básicas de sobrevivência.

O GEM publicou em abril/2010 seu último levantamento. Esse é o maior projeto de pesquisa sobre empreendedores no mundo abrangendo mais de sessenta países, gera resultados reais e satisfatórios, interferindo de maneira significativa nas políticas públicas dos países. O Brasil completou dez anos de GEM, sendo o SEBRAE o seu principal promotor e o IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade) a instituição executora do projeto.

Segundo pesquisa GEM 2010, o empreendedorismo por oportunidade vem demonstrando crescimento gradativo, passando de 5,7% em 2002, para 11,9% em 2010. A elevação se deve ao alto crescimento nos empreendimentos nascentes.

No ranking de desenvolvimento econômico da GEM 2010, o Brasil é o segundo mais empreendedor, com taxa geral de 17,3% o que equivale a 21,1 milhões de pessoas, como mostra o quadro (1) de evolução.

EMPREENDEDORES	ANO								
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
OPORTUNIDADE	5,7	6,8	7,0	6,0	6,0	7,2	8,0	9,4	11,9
NECESSIDADE	7,5	5,5	6,2	5,3	5,5	5,3	4,0	5,9	5,4
TAXA GERAL	13,2	12,3	13,2	11,3	11,5	12,5	12,0	15,3	17,3

Quadro 1 – Evolução dos empreendedores no Brasil (Oportunidade X Necessidade)

Fonte: IBQP – GEM (2010)

A partir dos dados GEM é possível concluir que a atividade empreendedora é uma das causas para a geração de renda do país, e que os empreendedores tem se arriscando pouco menos por necessidade, ou buscado na necessidade uma oportunidade.

2.2 Empreendedorismo nato ou adquirido?

“Enquanto a maioria dos empreendedores nasce com certo nível de inteligência, empreendedores de sucesso acumulam habilidades relevantes, experiências e contatos com o passar dos anos” (DORNELAS, 2005, p. 35).

Anteriormente vários autores afirmavam que a disposição empreendedora não podia ser adquirida e não havia sentido ensinar algo que não podia ser aprendido, aquele que nascera empreendedor, estava consagrado a tal, mas o que não nascera com aspectos empreendedores era desestimulado e desencorajado a se aventurar, acreditava-se, que um negócio mal sucedido era atribuído apenas aos fatores internos da organização.

Segundo Chiavenato (2002, p. 509), “[...] o empreendedorismo tem papel fundamental no processo. O espírito empreendedor é cultuado, pois ele focaliza oportunidades; os problemas são secundários [...]”.

Diante de estudos da disciplina de empreendedorismo, fica claro, que todos nós temos características empreendedoras que podem, ao longo da nossa educação, serem reforçadas ou inibidas. O ambiente em que vivemos e as pessoas com as quais temos proximidade influenciam o despertar da capacidade de empreender.

Os estímulos iniciais ao empreendedorismo devem ocorrer na infância, é a família a responsável em apresentar e encorajar. Depois, a tarefa de estimular características de comportamento empreendedor começa a ser dividida com a escola, até o ápice, o ensino superior, no qual os jovens são introduzidos em conceitos e ferramentas mais complexas. Com a educação voltada as características empreendedoras, até mesmo quem não carrega o gene empreendedor, com um pouco mais de esforço pode se tornar um homem de negócios.

2.3 O Empreendedor

O empreendedor, segundo Dornelas (2005, p. 39), “é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

Os empreendedores são especialistas em perceber e interpretar necessidades e oportunidades, transformadores de sonhos em realidade, acreditam, investem, se arriscam, são inovadores e criativos, buscam as tendências e estão sempre atentos as exigências de mercado.

Dolabela (2008, p. 29) enfatiza que, “por outro lado, não basta que exista a motivação para empreender. É necessário que o empreendedor conheça formas de

análise do negócio, do mercado e de si mesmo para perseguir o sucesso com passos firmes e saber colocar a sorte a seu favor”.

A cultura brasileira ou sistema de ensino enfatiza a formação tecnológica, que é fundamental ao processo empreendedor, mas não suficiente. Anteriormente tecnologia e capacidade de produção eram por si mesmas, vantagens competitivas. Hoje sucedidas pelo controle de custos e qualidade que representam um diferencial.

Os empreendedores que não se adequarem encontrarão sérias dificuldades para permanecer no mercado. O profissional deverá estar adaptado às exigências de mercado como empreendedor e intra-empendedor.

2.4 Características empreendedoras

Os empreendedores são identificados por características que são similares; criativos, inovadores, correm riscos, buscam a auto-realização, são enfatizadores de idéias, entusiasmados, acreditam em si mesmo, ousados e independentes.

De acordo com Hisrich e Peters (2004, p. 77)

[...] Não existe um verdadeiro perfil empresarial. Os empreendedores provêm de experiências educacionais, situações familiares e vivências profissionais variadas. O empreendedor em potencial pode ser hoje enfermeira, secretária, trabalhador de linha de montagem, vendedor, mecânico, dona de casa, gerente ou engenheiro. O empreendedor em potencial pode ser homem ou mulher e de qualquer raça ou nacionalidade.

Dornelas (2005) atenua o fato de que os empreendedores são altamente visionários e suas demais características. O quadro 2 relaciona essas características e suas definições.

Características	Descrição
São visionários	Eles têm visão de como será o futuro para seu negócio e para sua vida, e o mais importante: eles têm a habilidade de implementar seus sonhos.
Sabem tomar decisões	Eles não se sentem inseguros, sabem tomar decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, sendo isso um fator chave para o seu sucesso.

Características	Descrição
São indivíduos que fazem à diferença	Sabem agregar valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	Para os visionários (os empreendedores), as boas idéias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificam algo prático para transformá-las em oportunidades, por meio de dados e informação.
São determinados e dinâmicos	Eles implementam suas ações com total comprometimento. Atropelam as adversidades, ultrapassando os obstáculos com uma vontade ímpar de fazer acontecer.
São dedicados	Eles se dedicam 24h por dia, 7 dias por semana, ao seu negócio. São incansáveis e loucos pelo trabalho.
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	Eles adoram o trabalho que realizam. E é esse amor ao que fazem o principal combustível que os mantém cada vez mais animados e auto-determinados, tornando-os melhores de que seus produtos e serviços, pois sabem como ninguém, como fazê-lo.
São independentes e constroem o próprio destino	Eles querem estar à frente das mudanças e ser donos do próprio destino. Querem ser independentes, em vez de empregados, querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, ser o próprio patrão e gerar empregos.
Ficam ricos	Ficar rico não é o principal objetivo dos empreendedores. Eles acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso.
São líderes e formadores de equipes	Os empreendedores têm um senso de liderança incomum. E são respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um time em torno de si.
São bem relacionados (Networking)	Os empreendedores sabem construir uma rede de contatos que os auxiliam no ambiente externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe.

Características	Descrição
São organizados	Os empreendedores sabem obter e alocar os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
Planejam, Planejam, Planejam	Os empreendedores de sucesso planejam cada passo de seu negócio, desde o primeiro rascunho do plano de negócios, até a apresentação do plano aos investidores, definição das estratégias de marketing do negócio etc., sempre tendo como base a visão de negócios que possuem.
Possuem conhecimento	São sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois sabem que quanto maior o domínio sobre o ramo de negócio, maior é sua chance de êxito.
Assumem riscos calculados	Talvez essa seja a característica mais conhecida dos empreendedores. Mas o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso.
Criam valor para sociedade	Os empreendedores utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sempre usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Quadro 2 – Características do perfil empreendedor

Fonte: Dornelas (2005, p. 33)

2.5 Empreendedor corporativo

A capacidade de colocar as idéias em prática nunca foi tão valorizada pelo mercado. É hora de arregaçar as mangas e aproveitar o momento. As empresas querem mais do que nunca, identificar os funcionários empreendedores na organização, normalmente percebido nas empresas mais tradicionais.

O empreendedor corporativo ou intra-empreendedor é aquele que empreende dentro da organização onde trabalha; que olha criticamente para produtos,

processos e regras, é ele que inicia a empresa em novos projetos e nichos de mercado.

As principais características dos empreendedores corporativos podem ser pela capacidade de dar vida a uma idéia mesmo sem verba; constante questionamento; personalidade inquieta; energia empenhada nos projetos; vê o acionista como parceiro investidor; critica modelos tradicionais; tem conhecimento e experiência; melhor poder de abstração; acham-se os donos do negócio.

Dolabela (2008, p. 32) afirma que:

Exige-se hoje, mesmo para aqueles que vão ser empregados, um alto grau de empreendedorismo. As empresas de base tecnológica precisam de colaboradores que, além de dominar a tecnologia, conheçam o negócio, saibam auscultar os clientes, atender a suas necessidades e, principalmente, introduzir inovações.

As habilidades que são identificadas no recrutamento: hábeis em combinar idéias com capacidade de execução; capacidade de quebrar regras; quanto de risco é capaz de correr; quão crítico e questionador são e qual reação apresenta nos ambientes por onde passa.

Para Hisrich e Peters (2004, p. 59), “o aumento no intra-empreendedorismo é causado pelo aumento das pressões sociais, culturais e empresariais”.

Há momentos em que é preciso ser um pouco rebelde e quebrar regras, o que não significa sair por aí botando fogo no código de conduta das empresas, mas ler o ambiente para conseguir sutilmente driblar algumas regras. Sempre de forma ética é claro.

2.6 Diferenças entre empreendedores e administradores

Os empreendedores são pessoas mais ligadas ao futuro, não importando com os recursos disponíveis atualmente, eles buscam oportunidades, não se preocupam com as mudanças, analisando-as por um lado positivo o que se faz necessário para o desenvolvimento, e não medem esforços quando encontram dificuldades porque tem o intuito e a vontade de vencer acima dessas barreiras, mesmo que a situação o coloque a correr riscos.

Já os administradores ou gerentes são pessoas que possuem características ligadas a sua realidade analisando o momento em que vivem, utilizando somente seus recursos disponíveis, tem certa rejeição a mudanças e evitam correr altos riscos, o que pode conseqüentemente levá-lo ao fracasso.

De acordo com Dornelas (2005, p. 32), “o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa”.

Ainda em consonância com Dornelas (2005, p. 35).

Outro fator que diferencia o empreendedor de sucesso do administrador comum é o constante planejamento a partir de uma visão de futuro. Esse talvez seja o grande paradoxo a ser analisado já que o ato de planejar é considerado uma das funções básicas do administrador desde os tempos de Fayol, como já foi abordado na visão processual das atividades do administrador [...].

O fato é que nem todo administrador é empreendedor, mas todo empreendedor precisa ser um bom administrador.

3- FATORES DE MORTALIDADE PRECOCE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

O empreendedor bem preparado é que dá vida à empresa. Sem o preparo adequado, excelentes recursos, como capital, tecnologia, tempo, pessoas, podem não resultar em uma atividade de sucesso. Nem mesmo uma grande idéia estará segura em mãos de um empreendedor de segundo nível, despreparado (DOLABELA; 2008).

O Brasil tem apresentado baixo aspecto empreendedor, pessoas que, sem preparo, iniciam um negócio e nele encontram frustrações das quais não sabem administrar, repassando o histórico vivido a outros, que passam a caracterizar a idéia que; ser empregado é melhor que ser empregador, a falta de incentivo e motivação torna o Brasil cada vez menos empreendedor, por negócios mal sucedidos, deixando de visualizar a falta de preparo e iniciação empreendedora.

Os levantamentos iniciais apontam que no Brasil falta preparo e conhecimento específicos, o costume do país não permite o preparo empreendedor nos primeiros ciclos escolares, a possível falha do sistema empreendedor brasileiro, hábitos e costumes, empresas tradicionais (familiares), padrões de ensino e interesse da população, que, de acordo com Lopes (2010, p. 70).

O empreendedorismo não está nas raízes da cultura nacional, marcadas pela história colonial. Desde o século XVII, as relações entre colônia e metrópole foram sempre pautadas pela subserviência à Coroa. Todo o bem público pertencia à realeza, e é nesse contexto histórico que temos o berço das relações de trabalho no Brasil.

A cultura brasileira ou sistema de ensino enfatiza a formação tecnológica, que é fundamental ao processo empreendedor, mas não suficiente. Anteriormente tecnologia e capacidade de produção eram por si mesmas, vantagens competitivas. Hoje sucedidas pelo controle de custos e qualidade que representam um diferencial.

“[...] se por um lado nossa herança colonial nos limita, por outro, paradoxalmente, é essa limitação que, por sobrevivência, nos leva à categoria de empreendedores por necessidade” (LOPES, 2010, p. 71).

Os empreendedores que não se adequarem encontrarão sérias dificuldades para permanecer no mercado. O profissional deverá estar adaptado às exigências de mercado como empreendedor e intra-empendedor; cientes de suas competências e obrigações.

O quadro 03 mostra as competências a serem desenvolvidas agrupadas em categorias:

COMPETÊNCIAS	
Administração	Habilidades para solucionar problemas, e isto implica estimar as habilidades de planejamento, de decidir, de comunicar e de assumir responsabilidades.
Área social	Abarca o desenvolvimento de habilidades de cooperação, de trabalhar como membro de equipe e de assumir outros papéis.
Área pessoal	Desenvolvimento de autoconfiança e motivação, do pensamento crítico e independente, da capacidade de aprender de forma autônoma.

Quadro 3 – Competências a serem desenvolvidas

Fonte: Lopes (2010, p. 50)

O empreendedorismo só é estudado em alguns cursos acadêmicos como: Administração, Engenharia e outros, uma vez que sua iniciação deveria se dar nos primeiros ciclos escolares, para maior crescimento das sociedades e do mercado brasileiro, gerando informação, conhecimento e motivação, desenvolvendo o potencial empreendedor da nação, que, de acordo com Lopes (2010, p. 71).

As IES brasileiras, fruto de uma cultura colonial, vão apenas reproduzir os modelos pedagógicos, ou seja, as concepções acadêmicas parecem ser constantemente guiadas por paradigmas oriundos de concepções educacionais importadas [...].

Em meio ao ambiente acadêmico falta disposição do profissional de educação em adaptar os alunos ao empreendedorismo, a grande maioria trabalha apenas o conteúdo estipulado pela instituição, não acrescentando nada além, não demonstrando o mercado real, não inova, não é criativo, enfim não é empreendedor. Empreender em seu meio de atuação é se manter vivo na profissão exercida; são raros os professores que estão dispostos a se doar um pouco mais, transformando

estudantes em profissionais capacitados e preparados ao mercado. A disposição e disponibilidade do professor são essenciais.

Para Lopes (2010, p. 83)

O professor é peça-chave na construção de uma mentalidade empreendedora e, como se sublinha, isso não é contemplado com seriedade na estrutura acadêmica, cujo princípio estruturante está na solidão da docência, cada qual com sua disciplina.

Eis o motivo pelo qual temos poucos empreendedores bem sucedidos, a falta de preparo foi e ainda é uma grande barreira ao empreendedorismo brasileiro.

O ideal é motivar, incentivar e preparar os alunos, não só a promoverem o empreendedorismo por necessidade, mas, sabiamente, a encontrar os meios de como transformar a necessidade em oportunidade e, assim, consequentemente ganhar dinheiro e tirar as pessoas da pobreza (LOPES; ROSE, 2010).

A maioria das universidades privadas contrata profissionais que possuem uma outra atividade, devido à falta de profissionais especializados e envolvidos apenas com a rede de ensino, estes não se dedicam inteiramente ao que faz, e não estão dispostos a se doar, mas vêem uma oportunidade de renda extra, por esse e outros motivos o empreendedorismo ainda se encontra estagnado.

Para Chiavenato (2002, p. 520), “colateralmente, as pessoas precisarão aprender e desenvolver certas competências pessoais para atuarem nos novos ambientes de negócios das organizações [...]”.

Estamos vivendo uma nova era empreendedora, mais agressiva, mostrando seus valores e oportunidades, um mercado cada vez mais exigente avança a frente, e aquele que não acelerar não irá conseguir acompanhar, ficando apenas com as pegadas dos mais sábios e velozes, “[...] a empresa que não inova inevitavelmente envelhece e declina. E, em um período de rápida mudança como o presente, um período empreendedor, a queda será rápida [...]” (DRUCKER, 2011, p. 208).

Muitas vezes, a iniciação despreparada do empreendedor, acontece na busca por uma vida melhor, por salários capazes de sucumbir suas necessidades, proporcionarem lazer, estabilidade, segurança, *estatus* e auto-realização, como a pirâmide de Maslow (Figura 02), que define os cinco anseios ou necessidades dos indivíduos.

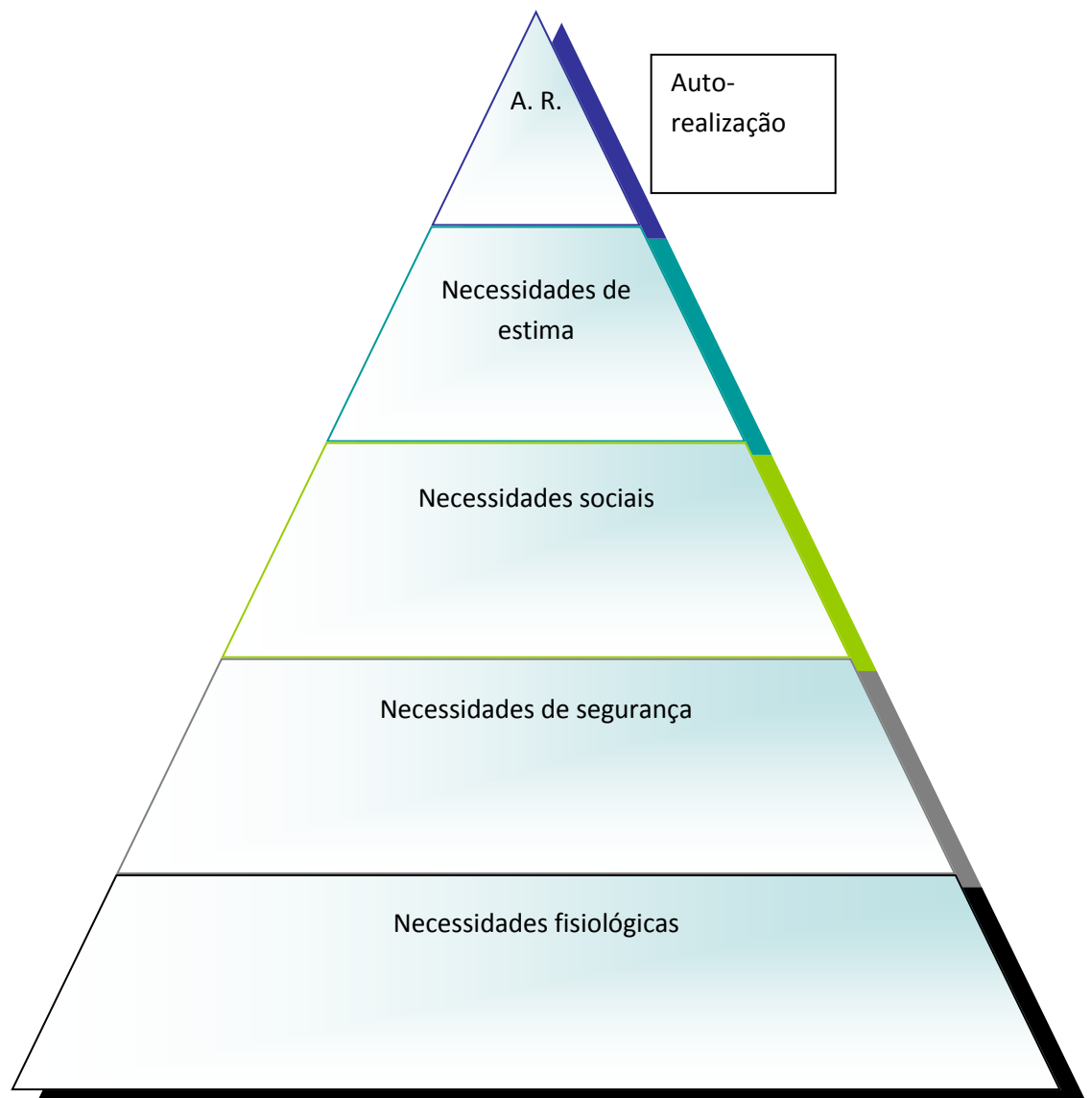


Figura 2 – A hierarquia das necessidades, segundo Maslow

Fonte: Chiavenato (2002, p. 113)

3.1 Principais causas da mortalidade

Segundo pesquisas SEBRAE (2004), os resultados mostram que para os empresários, questões relacionadas ao gerenciamento do negócio são determinantes para o sucesso ou fracasso do estabelecimento, constatando que as

empresas brasileiras morrem mais devido a falhas gerenciais do que por problemas conjunturais ou taxaço tributária.

Dentre a falta de preparo notam-se algumas falhas gerenciais como capital de giro, problemas financeiros e a ausência de pesquisa de mercado; o concorrente não é notado como devido, não há busca por empresas de consultoria para solucionar dificuldades financeiras.

Por isso, em consonância com Chiavenato (2002)   possível afirmar que a mortalidade precoce das empresas está associada, principalmente, à: deficiências no planejamento prévio do negócio; deficiências na gestão empresarial; insuficiências de políticas de apoio; conjuntura econ mica deprimida (baixo consumo e elevada concorrência); e problemas pessoais dos sócios-proprietários.

Outro fator de entrave   a burocracia na constitui o de uma empresa, muitas vezes, impedindo a legalidade das empresas ou levando-as a dificuldades financeiras para cumprir as obriga es legais.

De acordo com Bed  (2004, p.2)

[...] a falta de sincronia de receitas e despesas, a falta de clientes para o produto específico oferecido pela empresa e a forte concorrência foram mais sentidas nas empresas encerradas. Tratam-se de questões associadas ao planejamento e   gestão do negócio.

A mortalidade das empresas tem forte impacto na economia brasileira, gerando falta de emprego, desfavorecendo monetariamente e moralmente a sociedade, tornando os indivíduos mais frágeis e indefesos, mais doentes e desmotivados.

“O custo da mortalidade de empresas para a sociedade também é expressivo sob o ponto de vista da elimina o de postos de trabalho e da perda financeira” (BEDÊ, 2004, p. 41).

Embora segundo pesquisas do Jornal Pequenos Negócios (2011), no Brasil o  ndice de micro e pequenas empresas que não conseguem sobreviver nos primeiros anos de vida vêm diminuindo ano a ano. Isso se deve em muito, ao esforço conjugado de governo e entidades representativas, no sentido de melhorar o ambiente de negócios e favorecer o desenvolvimento das micro e pequenas empresas (MPE's); ainda assim, segundo dados Sebrae, 31% não conseguem sobreviver além do primeiro ano; 37% não chegam ao segundo, 49% fecham suas portas no terceiro ano, 53% não conseguem ultrapassar quatro anos e somente 40%

consegue continuar ativas após um quinquênio. Definindo assim, a necessidade de investimentos na educação empreendedora do país.

3.2 Iniciando um negócio

A iniciação de uma empresa, pode ou não garantir o seu tempo de sobrevivência no mercado, o conhecimento específico é um fator favorável, se escolher um produto ou serviço do qual possui experiência e conhecimento pode favorecer o sucesso do negócio, uma vez que, já conhece o cliente em potencial, sabem: a necessidade do mercado, preço competitivo, o melhor ponto e a propaganda a ser realizada.

“Conhecer a si mesmo com o objetivo de empreender. Identificar as características pessoais, os pontos fortes e fracos em relação à atividade empreendedora [...]” (DOLABELA, 2008, p. 176).

Sendo o Brasil um país de poucas oportunidades empreendedoras, de um mercado de difícil acesso, restrito aos novos entrantes e pertencentes aos veteranos, tributos excessivos, padrões culturais fechados e mão de obra deficitária (figura 3), é necessário um planejamento aprofundado das iniciativas a serem tomadas.

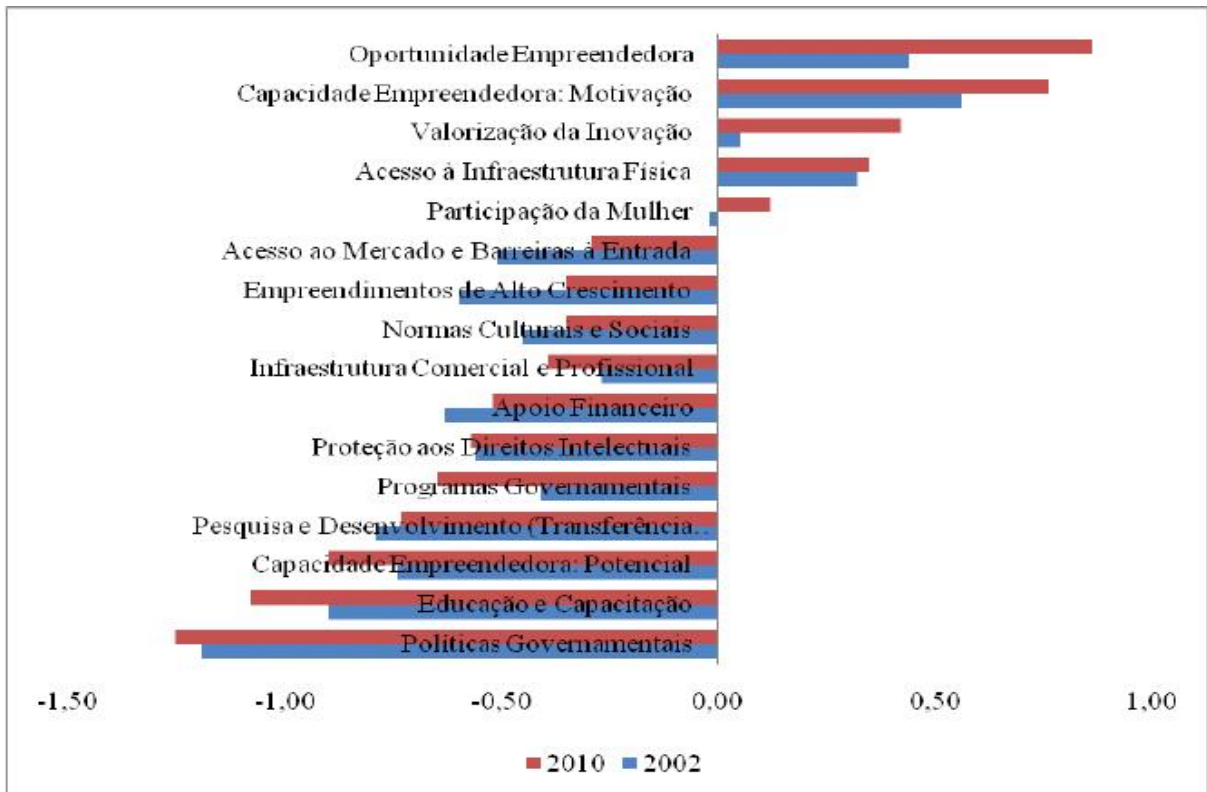


Figura 3 – Condições para empreender no Brasil – Comparativo 2002 e 2010

Fonte: Pesquisa GEM Brasil (2010)

O processo de iniciação exige análises e cuidados específicos, um bom plano de negócios deve ser desenvolvido para a definição dos passos a serem seguidos. Os processos a serem seguidos devem estar bem definidos para maior esclarecimento do projeto (Quadro 4).

FASE	DEFINIÇÃO	AÇÃO
A	Da motivação à idéia inicial.	Estratégias para identificação de uma oportunidade.
B	Da idéia inicial ao plano de negócios.	Estratégias para agarrar uma oportunidade.
C	Do plano de negócios ao início das operações.	Estratégias para buscar e gerenciar os recursos necessários para aproveitar a oportunidade.
D	Sobrevivência, consolidação, crescimento.	Estratégias para gerenciar rumo ao crescimento.

Quadro 4 – Fases do processo de criação de empresas

Fonte: Dolabela (2008, p. 144)

Com processo definido e idealizado, fica menos arriscado o fracasso, embora não imunize o acontecimento do mesmo, a manutenção do projeto é de extrema necessidade, definindo atitudes futuras, tendo visão sistêmica do negócio.

A visão do negócio é geralmente utilizada para descrever o sentido do futuro e a compreensão das ações necessárias para torná-lo rapidamente um sucesso. Assim, a visão organizacional representa o destino no qual se pretende conduzir a realidade (CHIAVENATO; 2002).

O conhecimento é um fator de excelência para a iniciação de um novo empreendimento, é necessário que conheça e entenda o ramo no qual irá atuar, anteriormente não havia opções para busca de informações, tão quanto existe atualmente, o cliente de hoje é muito bem informado (internet), tornando assim, altamente exigente quanto aos seus interesses, a empresa de ontem já não é a mesma de hoje, como segue comparativo no quadro 5 abaixo.

ITEM	PARADIGMA DA ERA INDUSTRIAL	PARADIGMA DA ERA DO CONHECIMENTO
Pessoas	Geradores de custos ou recursos	Geradores de receitas
Fonte de poder para os gerentes	Nível hierárquico na organização	Nível de conhecimentos
Luta de poder	Operários X capitalistas	Trabalhadores do conhecimento X gerentes
Responsabilidade básica da gerência	Supervisionar os subordinados	Apoiar os colegas
Informação	Instrumento de controle	Recurso e ferramenta para comunicação
Produção	Operários processando recursos físicos para criar produtos tangíveis	Trabalhadores do conhecimento convertendo conhecimento em estruturas intangíveis
Fluxo de informação	Através da hierarquia organizacional	Através de redes colegiadas
Gargalos da produção	Capital financeiro e habilidades humanas	Tempo e conhecimento

Fluxo de produção	Seqüencial e direcionado pelas máquinas	Caótico e direcionado pelas idéias
Efeito do tamanho	Economia de escala no processo produtivo	Economia de escopo das redes
Relações com clientes	Unidirecionais através do mercado	Interativas através de redes pessoais
Conhecimento	Uma ferramenta ou recurso entre outros	O foco do negócio
Propósito do aprendizado	Aplicação de novas ferramentas	Criação de novos ativos
Valor de mercado (das ações)	Decorrentes dos ativos tangíveis	Decorrentes dos ativos intangíveis

Quadro 5 - Os princípios da organização baseada no conhecimento

Fonte: Chiavenato (2002, p. 504)

O conhecimento é de fato, a alavanca para o futuro. O empreendedor administrador é o responsável pela tomada de decisões, e como o mundo vive em constante mudança é preciso atualizar o conhecimento e a rede de contatos constantemente.

O processo decisório deve acompanhar alguns procedimentos básicos, como discriminados na figura 4, para o alcance do sucesso.

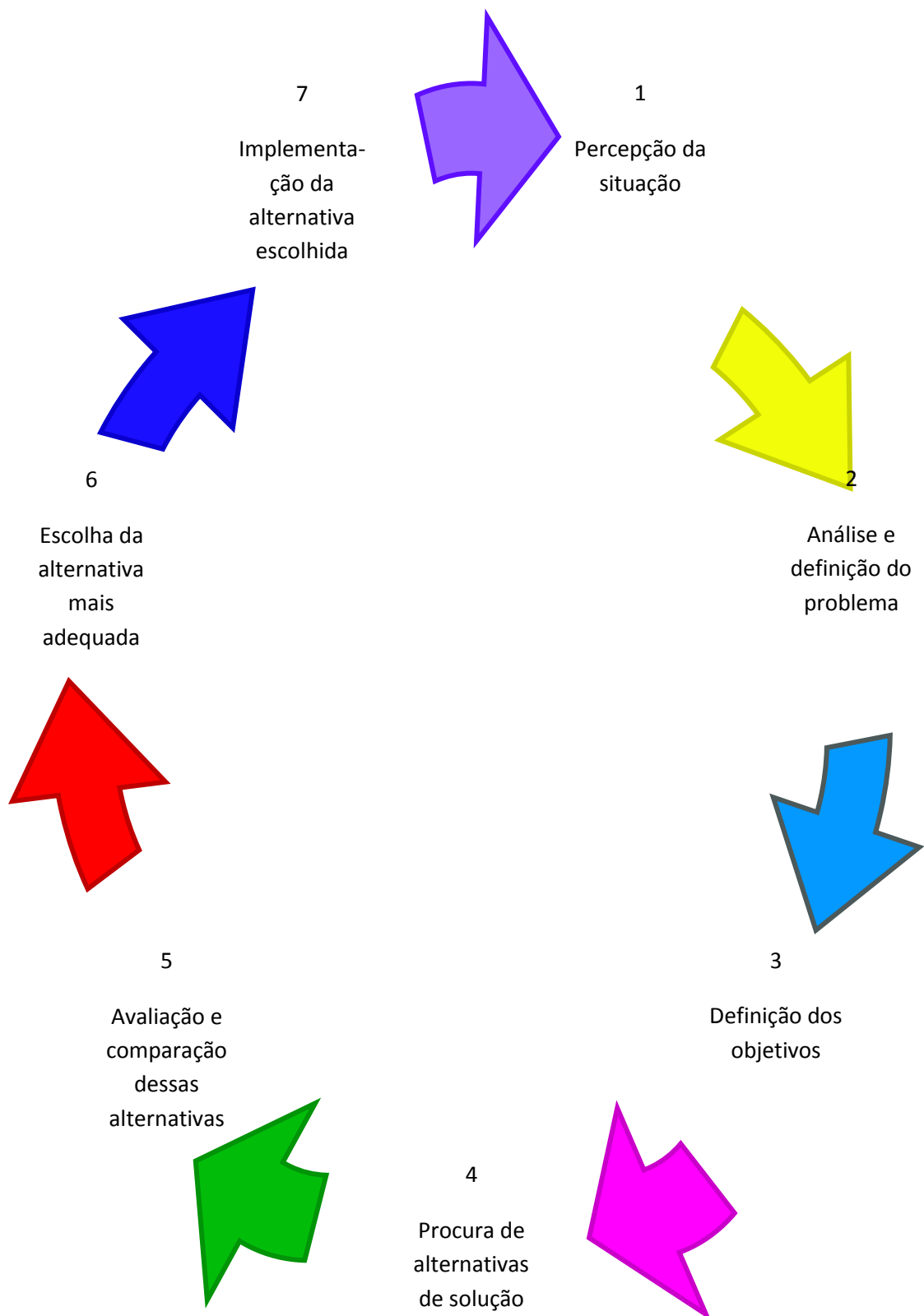


Figura 4 - Etapas do processo decisório

Fonte: Chiavenato (2002, p. 146)

3.3 Inovação como ferramenta de sobrevivência

“O inovador tem visão limitada e, de fato, ele tem uma visão em túnel. Ele vê a área que lhe é familiar, excluindo todas as demais” (DRUCKER, 2011, p. 262).

O empreendedor por si é um inovador, mas suas inovações são delimitadas ao que o cerca, a inovação deve ser abrangente, buscando o desejo dos clientes, customizando seus produtos às características do cliente, acompanhando o mercado, e até mesmo fazendo cópias inovadoras, só copiar todo mundo faz, mas copiar e acrescentar faz toda diferença.

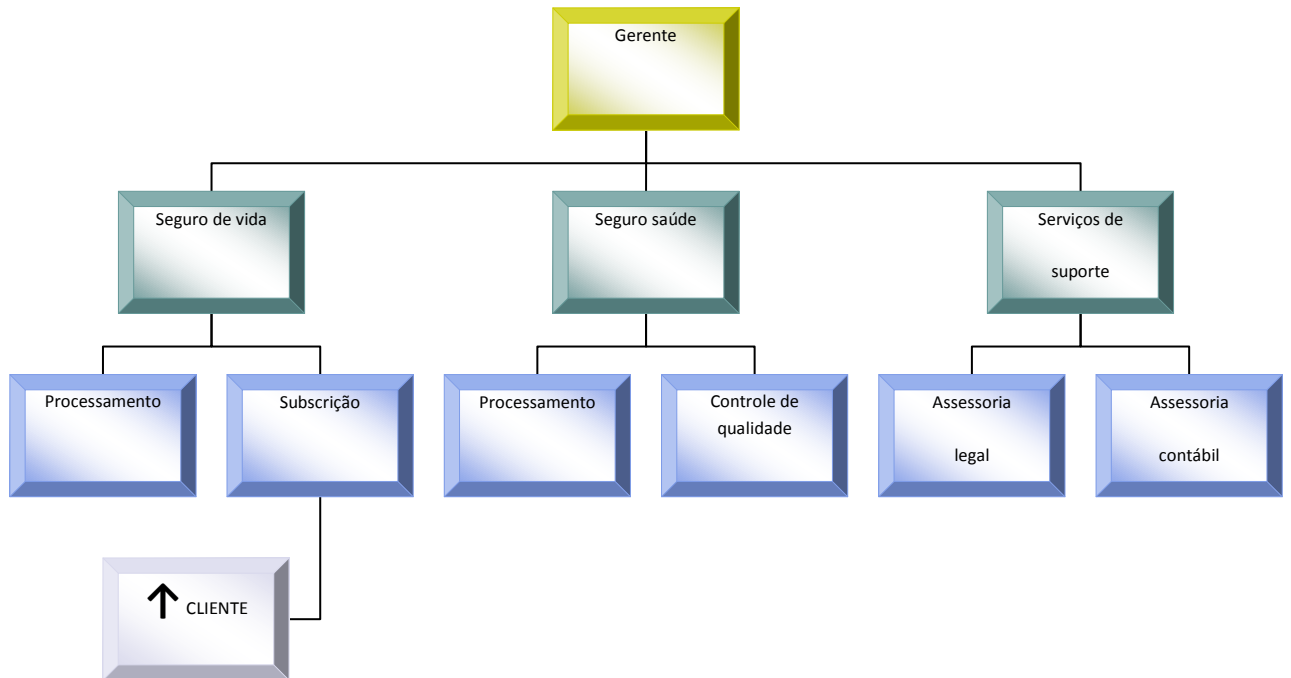
As estratégias empreendedoras são tão necessárias quanto à inovação deliberada e a administração empreendedora. Juntas, as três constituem inovação e empreendimento, somando resultados ao empreendimento (DRUCKER, p. 345).

O fato de se criar algo diferente, formidável e notório é um atrativo aos clientes. Com tantos compromissos a busca pela agilidade, facilidade e praticidade se tornaram indispensáveis. O segredo é usar da criatividade e sensibilidade para alcançar a novidade, como, de acordo com Dolabela (2008, p. 147).

[...] a novidade está em dominarmos formas de incorporar ao processo de aprendizado elementos como a emoção, o conceito de si, a criatividade, o não-conformismo, a persistência. Esta é a proposta de aprendizado do empreendedorismo que deveria estar inserida em todos os conteúdos formacionais e nos programas de ensino de todos os níveis e áreas.

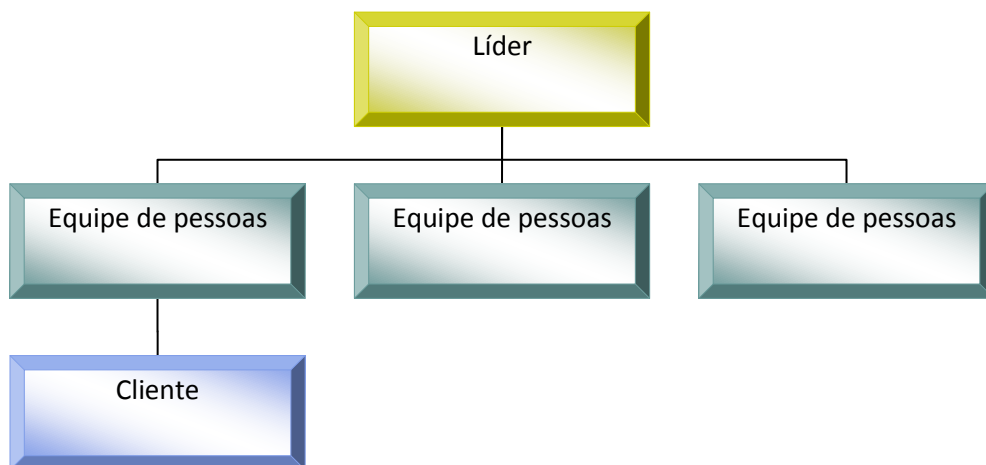
A organização que ontem não buscou, não criou, não mudou, não inovou, morreu; a de hoje modificou até mesmo sua estrutura funcional, para melhor atender. O mundo é de preferências, sabores, ilusões, prazeres, só depende o quanto pode pagar, e terá o que almeja em tempo e hora.

Assim também as empresas são mais exigentes aos seus colaboradores e fornecedores, pois um atraso na entrega pode custar um, dois, três ou vinte clientes, o que pode ser fatal à sua sobrevivência, pois quando a base balança toda a estrutura fica comprometida.



Organograma 1 - A velha estrutura funcional

Fonte: Chiavenato (2002, p. 40)



Organograma 2 - A nova estrutura por equipes

Fonte: Chiavenato (2002, p. 40)

À medida que um novo empreendimento se desenvolve e cresce, os papéis e os relacionamentos empreendedores originais sofrem mudanças, que devem ser acompanhadas e aprimoradas pelo empreendedor. Se os fundadores recusam-se a aceitar esse fato, eles tolhem o negócio e podem até mesmo destruí-lo (DRUCKER; 2011).

4 FERRAMENTAS DE APOIO AO EMPREENDEDOR

O surgimento das entidades de apoio ao empreendedor se deu da necessidade de prepará-los para um mercado cada dia mais exigente e promissor, sendo visto, como meio de sobrevivência, melhoria na rentabilidade, empregabilidade e vários outros fatores.

A busca constante por esclarecimentos da temática mortalidade precoce das empresas possui uma miscigenação como o empreendedorismo, embora o Brasil tenha um grande número de administradores, as empresas têm vida curta, talvez pelo fato que nem todo administrador é empreendedor, mas o empreendedor é um administrador, como relata Dornelas (2001, p.30).

O empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa. De uma idéia, surge uma inovação, e desta, uma empresa.

Possuir características empreendedoras não é um fator suficiente à sobrevivência das organizações, é preciso estar consolidado de informações sobre o mercado no qual deseja atuar, se a região é propícia, se há demanda, dentre outros.

Para tanto, o empreendedorismo e a administração deve ser como um casamento, os dois andam juntos, e se completam, sendo dinâmico, o conhecimento do setor deve ser uma preocupação do empreendedor. Somente a prática empreendedora irá mostrar o nível dos conhecimentos adquiridos (DOLABELA; 2008).

Em meio a um mercado tão exigente e rápido, a novidade de hoje, já se encontra ultrapassada amanhã, todos tem informações em tempo e horas precisas, o mercado se modifica em minutos, as tendências são alteradas, os desejos e anseios modificados, para tanto o empreendedor que não acompanha está fora das paradas de sucesso.

O empreendedor nacional é, acima de tudo, forte. A dedicação em transformar o sonho de ter o próprio negócio em realidade, faz com que busque

supere a maioria das adversidades legais, fiscais, tributárias, trabalhistas e burocráticas. Apesar desta obstinação pelo próprio negócio, de cada 100 empresas abertas, 31 não ultrapassa o primeiro ano de atividade (BEDÊ, 2004).

Em um país como o Brasil, a lei da sobrevivência é o maior obstáculo, a falta de mão-de-obra qualificada ainda é um grande impasse da sociedade, eis os motivos pelos quais as empresas morrem ao primeiro ano de vida.

Jornal Pequenos Negócios (2011, p. 3) enfatiza que, o Brasil, apesar de se destacar como possuidor de uma população altamente empreendedora; requer ainda alguns avanços críticos para que a verdadeira força do empreendedorismo possa cumprir seu papel histórico de transformação e criação do novo, garantindo, dessa forma, o tão almejado desenvolvimento sustentável.

Com o nascimento de entidades de apoio, o empreendedor deve e pode buscar orientações para melhor conduzir o seu negócio.

A crescente busca por melhores condições de vida, é característica do empreendedor não deixando de lado a sensação do momento, sustentabilidade, que envolve não só a redução da pobreza, assim como, a preservação do meio em que vivemos, como, de acordo com Lopes (2010, p. 229).

[...] não basta somente gerar riqueza para reduzir a pobreza no mundo. É preciso preservar o meio ambiente para as gerações futuras. Por isso, os empreendedores não só devem perseguir objetivos financeiros e sociais, mas também preservar os recursos naturais e proteger o meio ambiente [...].

As ferramentas empreendedoras têm o papel de orientar e apoiar o empresário quanto ao seu negócio.

As entidades de apoio ao empreendedor têm feito grandes avanços mercadológicos, impulsionando o empreendedor mais preparado, ciente e consciente de seu ramo de atividade, melhor interação com o mercado, melhor preparado para as inovações.

De acordo com Dolabela (2008), o empreendedor sempre muda a si mesmo e os próprios sonhos, alterando sua rede de relações, conquistando experiências e aumentando seu potencial, entende-se que os movimentos de auto-aprendizado são dinâmicos e se modificam durante toda a vida do empreendedor.

O empreendedor flexível, receptivo a mudanças, hábil em contatos, encontra facilidade em adquirir informações e experiências, devido a sua versatilidade o mesmo acompanha o mercado e o prepara para o futuro.

Com o apoio de entidades o empreendedor adaptou o processo de Raio-X de suas empresas, usado para analisar o presente, sem deixar de avaliar o passado, para realizar as projeções do futuro. O passado de uma empresa é visto para medir as melhorias do presente, segundo Drucker (2011, p. 215).

Por ser baseada num Raio-X da Empresa, isto é, numa análise e diagnóstico da empresa existente, seus produtos, serviços e mercados, esta abordagem também assegura que a empresa não será negligenciada na busca do que é novo, e que as oportunidades inerentes aos produtos, serviços e mercados existentes não serão sacrificadas à fascinação pela novidade.

Ferramentas como SEBRAE, incubadoras de empresas, instituições de ensino superior e sindicatos, têm movido o mercado com grandes prospecções futuras. A troca de informações e experiências tem sido motivo de grandes vitórias, como de acordo com Dolabela (2008): uma forma de construir relações é dispor-se a trocar informações com quem, independente de qualquer outro requisito, esteja interessado em conhecer a sua visão, o seu conhecimento, o seu negócio.

As IES estão alterando seus conteúdos programáticos para se adequarem a necessidade do mercado, formando profissionais melhor capacitados, ampliando sua visão para um mercado estratégico, a crescente demanda por cursos de preparação empreendedora trouxe a oportunidade de crescimento educacional, o motivo pelo qual as IES estão incluindo o empreendedorismo em vários cursos.

Para Lopes (2010), a universidade empreendedora inclui uma estratégia regional para o desenvolvimento socioeconômico, por isso a mudança da universidade de pesquisa para a universidade empreendedora resulta de uma mudança interna do desenvolvimento acadêmico.

O Brasil conta com várias entidades de apoio ao empreendedor, as IES ainda passam por adaptações, o mais agressivo em cursos, consultorias, treinamentos é o SEBRAE, no momento o mais preparado para o suporte empreendedor.

Existem muitos cursos e entidades que apóiam os empreendedores no início e no desenvolvimento de seus planos de negócios, para que melhorem suas

chances de sucesso. No Brasil, o Sebrae apóia e oferece todo suporte do desenvolver do negócio (LOPES; 2010).

Os órgãos de fomento tem sido outro fator impulsionador da economia brasileira, financiando projetos, mediante um bom plano de ação; desenvolvidos com a parceria das entidades de classe.

4.1 Entidades de classe

Empresas que projetam o conhecimento empreendedor no mercado, através de cursos, treinamentos, consultoria e apoio a projetos; sem fins lucrativos e não sujeita a falência, tem papel preponderante junto à sociedade, tornando-se foro de defesa, um importante veículo para o desenvolvimento social.

São exemplos de entidades de classe; IES, SEBRAE, Sindicatos e Incubadoras de empresas.

IES: Instituições de ensino superior

As universidades têm como papel empreendedor a inclusão do conteúdo de empreendedorismo, fundamentando seus alunos no mercado atual, preparando e edificando bases sólidas para a consolidação empreendedora. No Brasil os cursos de graduação, têm ganhado vantagens competitivas, é crescente a procura por cursos que abordem o conteúdo empreendedor, a graduação a distância tem sido líder, pela comodidade e flexibilidade do curso como cita Lopes (2010, p. 78).

No período de 2005 para 2006, as graduações à distância cresceram em 315%, de 2003 para 2006 o percentual foi de 571%, enquanto as presenciais tiveram um acréscimo de 6,6% no período de 2005 a 2006, a facilidade e comodidade da graduação à distância tem sido um fator chave no desenvolvimento empreendedor, aliando a necessidade de especialização à flexibilidade do curso à distância, traçando um novo rumo para o empreendedorismo.

Apesar da grande demanda, a oferta de cursos empreendedores ainda é insuficiente ao mercado brasileiro, o Brasil precisa melhorar a implantação dos cursos, valorizando a necessidade de mercado e a melhoria de vida da sociedade. Modificando a estrutura de ensino, os brasileiros terão maiores oportunidades de se

promover no mercado, com maior segurança e disposição empreendedora, traçando um novo perfil para a sociedade.

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa

Uma das principais entidades de apoio ao empreendedor, o maior difusor do empreendedorismo brasileiro, apóia e incentivo à abertura de novos empreendimentos, preparando o empreendedor para o mercado. O SEBRAE está presente em várias cidades brasileiras, criando profissionais capacitados, gerando informações, lançando programas como: O Desafio Empreendedor, um exemplo de jogos empresariais, que desperta o jovem para o mercado, salientando os riscos e oportunidade do mercado, necessidades e objetivos a serem atendidos.

A instituição é uma entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, que atua legalmente sob a forma de serviço social autônomo e faz parte do Sistema Sebrae Nacional. Mantido por contribuições compulsórias, o Sebrae-MG aplica recursos e desenvolve seu trabalho seguindo diretrizes do Conselho Deliberativo Nacional do Sebrae Nacional, mas com autonomia administrativa, financeira e contábil.

Alguns programas SEBRAE:

Empreendedor Individual

É o empresário individual, sem sócios, optante pelo Simples Nacional, com receita bruta anual de até R\$ 36 mil e, no máximo, um funcionário (cujo salário é o piso da categoria ou salário-mínimo). São autônomos e ambulantes, que normalmente não pagam tributos, mas não têm direitos previdenciários ou os benefícios de quem está na economia formal. O Sebrae avalia que a criação do Microempreendedor Individual pode beneficiar cerca de 10,3 milhões de negócios informais existentes no país.

Quem optar por ser Empreendedor Individual fará o recolhimento dos impostos e contribuições em valores fixos mensais, independente da receita bruta mensal. Conforme regulamentado pelo Comitê Gestor da Redesim, também criado pelo projeto, os valores serão:

- R\$ 27,25 (5% do salário mínimo), referente a contribuição para a previdência social;
- R\$ 1,00, referente ao ICMS, caso seja do setor de comércio;
- R\$ 5,00, referente ao ISS, caso seja contribuinte;
- R\$ 16,35 (3% do salário mínimo) caso tenha um empregado.

As taxas cobradas em cada município deverão ser verificadas pelo empreendedor, como por exemplo, manutenção do alvará, bombeiros, etc.

O profissional que aderir ao Empreendedor Individual terá direito a aposentadoria por idade, auxílio doença, facilidade ao crédito, conta bancária, licença–maternidade, auxílio–natalidade, licença por acidente de trabalho e aposentadoria por invalidez. No caso de aposentadoria, o valor estipulado é de um salário mínimo nacional vigente à época. Está dispensado de contabilidade e pode ter um empregado. Está previsto um sistema muito simplificado de registro e a cobrança do pagamento mensal em conta de luz, água ou similar.

Lei Geral e o Simples Nacional

A Lei Geral das Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) trouxe vários avanços para as empresas no tocante a abertura e encerramento de empresas, compras governamentais, estímulo ao crédito, tecnologia, consórcio simples, parcelamento de débitos, etc.

Mas para que essas vantagens se consolidem, é preciso que os governos estaduais e os municípios ajustem o ICMS e o ISS, de modo a manterem os mesmos benefícios concedidos às MEs e EPPs.

A complexidade do Simples Nacional decorre da necessidade em desonerar essas empresas de tributos que não deveriam recolher, seja em razão de imunidade tributária, como na exportação, ou por já terem pago o tributo em operações passadas, como nos casos de substituição tributária e retenção na fonte.

O sistema também possibilita essas empresas segregarem suas receitas de comércio, indústria e serviços. Vale lembrar que pela lei anterior aplicava-se a alíquota mais alta sobre a totalidade da receita bruta auferida no mês. Agora, cada atividade será tributada no seu justo limite.

Sebrae Mais

O programa Sebrae Mais foi feito para empresários que já conquistaram seu espaço no mercado e agora estão interessados em evoluir e aprimorar seus negócios. Se a empresa superou questões básicas de gestão nas áreas de recursos humanos, processos, marketing e finanças, o Sebrae Mais é o mais indicado. O programa apresenta soluções personalizadas para empresas. O participante fica mais tempo na empresa que em sala de aula e aplica os conceitos aprendidos com o acompanhamento de um consultor.

Empretec

Seminário desenvolvido pela ONU que motiva o empresário a promover mudanças no seu comportamento, aperfeiçoando suas habilidades de negociação e gestão, proporcionando maior segurança nas decisões e aumentando a chance de sucesso da empresa.

Sebraetec

É um programa do Sebrae-MG que permite às micro e pequenas empresas e empreendedores terem acesso aos conhecimentos tecnológicos existentes na infraestrutura de ciência, tecnologia e inovação, por meio de subsídio aos custos dos serviços de consultoria tecnológica.

Quarta Gerencial

O Projeto Quarta Gerencial foi criado para você, empresário e empreendedor que deseja ter uma visão mais abrangente sobre como abrir ou administrar bem seu negócio.

Prêmio MPE Brasil

O Prêmio MPE - Minas Gerais, é um evento realizado pelo Sebrae-MG, desde 1994 e, a partir de 1997, passou a contar com a parceria do Grupo Gerdau. Ele visa premiar e reconhecer o desempenho gerencial das micro e pequenas empresas mineiras e promover o aumento da qualidade, da produtividade e da competitividade, pela disseminação de conceitos e práticas de gestão.

AVALIADOR VOLUNTÁRIO

A avaliação tem como foco a gestão das MPEs. São avaliados os oito critérios de excelência do Modelo de Excelência e Gestão (MEG) da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), adaptado para a realidade das micro e pequenas empresas. Uma oportunidade de conhecer, na prática, como funciona a gestão de uma empresa de pequeno porte.

Junior Achievement

É uma associação que não possui fins lucrativos e implementa ações de empreendedorismo em escolas públicas e privadas para alunos de ensino fundamental e médio.

Nos programas promovidos pela Junior Achievement, os executivos/funcionários da empresa poderão participar voluntariamente, durante seu tempo livre, como orientadores dos Programas de Ensino Fundamental ou Ensino Médio. Esta é uma forma de desenvolvimento pessoal, aprimorando habilidades de formação de equipes, através da convivência com os jovens.

Rodadas de Negócios

A Rodada de Negócios é um evento promovido pelo Sebrae que tem como objetivo criar oportunidades para que as empresas negociem seus produtos e/ou serviços e estabeleçam novas parcerias. Trata-se de um instrumento de marketing dinâmico, cuja principal ferramenta são as reuniões de negócios que colocam em

contato direto potenciais compradores e vendedores. Além de negociar seus produtos e serviços, esses empresários poderão realizar parcerias, joint-ventures, sociedades, investimentos, transferência de tecnologia etc.

“O programa Sebrae no Campus é uma ação do Sebrae-SP para apoiar as IES na difusão da cultura empreendedora no ambiente universitário e pode ser utilizado como apoio às ações estratégicas” (LOPES, 2010, p. 167).

NOME	DESCRIÇÃO	CARACTERÍSTICAS TRABALHADAS
Torre de Canudos	Em grupos constituídos por até cinco alunos, cada grupo recebe um pacote de canudos (utilizados para beber refrigerante), devendo definir o nome da empresa, escolhendo um líder, planejar o trabalho, fazer um desenho preliminar de uma “torre de canudos” para ser vendida no mercado, montar a torre, elaborar a estratégia de venda e executar o plano de montagem e venda. Após a análise de todas as ofertas, o cliente (o professor e o conjunto dos alunos) seleciona a melhor torre. A escolha obedece aos seguintes critérios: fidedignidade ao desenho original; criatividade e beleza; altura da torre; melhor estratégia de venda; e a torre deveria ficar em pé por conta própria (em apoio).	Organização; liderança; autoconfiança; iniciativa; planejamento/ estratégia; atenção à demanda do mercado e risco.
Ecotáxi	Trabalho em grupos: análise de um caso real sobre um motorista de	Criatividade; iniciativa; inovação e atenção às

	táxi que oferece aos clientes vários serviços adicionais, como a venda de créditos de carbono ao passageiro, relacionada à viagem realizada.	tendências de mercado.
Concordo ... não concordo	Em grupos de até quatro alunos, cada grupo recebe uma frase polêmica (uma por grupo) e deve identificar os argumentos contra (ou a favor). Em seguida, grupos com posições opostas (os “contra” e os “favoráveis”) devem defender seu ponto de vista em uma discussão. Em seguida, os grupos têm que trocar de posição e iniciar nova discussão.	Assertividade; liderança; autoconfiança; iniciativa; planejamento e execução do planejamento.
Risco Calculado	Escolha individual entre aplicações financeiras distintas, com maior ou menor risco. O que ocorre em termos de escolha, após várias rodadas, à medida que, nas rodadas seguintes, aumentam as informações disponíveis sobre as aplicações disponíveis.	Disposição para correr riscos moderados; sistematização de informações e autoconfiança.
Criando um Negócio	Em grupos constituídos por até cinco alunos, cada grupo deve elaborar um produto ou serviço o mais exótico e original possível, revolucionário, algo que ainda não exista no mercado, impensável nos padrões vigentes atuais. Deve também realizar uma apresentação convincente e séria sobre o produto	Criatividade; autoconfiança; inovação; liderança; planejamento e execução.

	oferecido. No fim, a turma escolhe o produto/serviço mais original e convincente.	
A máscara é o produto	Apresentação da história das “máscaras” e formas de uso pela humanidade. Cada grupo deve desenvolver uma máscara especial para oferecer no mercado. Antes, porém deve eleger um CEO, o diretor comercial, o diretor de produção, definir o nome da empresa, a logomarca, o slogan, um jingle, criar um modelo de máscara piloto, estimar o custo do produto, definir o preço a ser cobrado, definir quem vai apresentar o produto ao mercado (à turma). Após todas as apresentações, a turma escolhe o melhor produto oferecido.	Divisão de trabalho; liderança; motivação da equipe; criatividade; planejamento e execução.
Grandes Líderes	Apresentação da biografia de grandes líderes da história mundial, sem identificação de nome ou nacionalidade. Discussão das principais características desses líderes. Após as discussões, abre-se a oportunidade para a adivinhação sobre a verdadeira identidade dos líderes utilizados na atividade.	Persistência; motivação; liderança.
Estudos de caso (por tópicos do	Apresentação e discussão de cases de empreendedores e empreendimentos brasileiros, na	Diversas características do comportamento empreendedor e técnicas

plano de negócios)	indústria, no comércio, em serviços e na agropecuária. Para cada tópico do plano de negócios, foi utilizado um case diferente, gravado em vídeo, disponível em programas de televisão sobre pequenos negócios (Programa “Negócios & Soluções”).	de planejamento e gestão empresarial.
--------------------	---	---------------------------------------

Quadro 6 - Exemplos de dinâmicas de grupo e jogos interativos

Fonte: Lopes (2010, p. 178)

A entidade participa ativamente no mercado, prestando consultorias aos novos entrantes e também aqueles que já fazem parte do mercado, modificando e melhorando a estrutura empresarial brasileira, ministrando palestras com profissionais especializados, promovendo feiras de negócios e depoimentos de empresários, promovendo assim, informações e oportunidades de valor.

O SEBRAE-MG contribui, assim, para induzir o desenvolvimento socioeconômico de Minas Gerais, com a geração de receita, trabalho, renda e melhores condições de vida para a população.

Sindicatos

É uma associação que reúne pessoas de um mesmo segmento trabalhista, com o objetivo de preservar e defender os direitos dos profissionais associados. São especialistas em direitos e deveres do empresariado. O Sindicato patronal é organizado para exercer duas funções: defender os interesses da categoria econômica e promover a negociação coletiva.

Os sindicatos são mantidos principalmente pelas contribuições sindicais pagas pelas empresas associados. Os associados pagam ao Sindicato, como em todas as associações, determinada importância denominada mensalidade. Contudo, todos os benefícios e vantagens que o Sindicato consegue para a categoria abrangem não apenas seus associados, mas também os integrantes da categoria.

Cabe ressaltar que as contribuições sindicais pagas ao Sindicato são para o custeio do Sistema Confederativo da Representação Sindical, que compreende: o Sindicato, a Federação e a Confederação Nacional.

Incubadoras de empresas

Uma forma de estímulo ao empreendedorismo, na medida em que fortalece e prepara pequenas empresas para sobreviver no mercado através de apoio estratégico durante os primeiros anos de existência, com apoio quanto à infraestrutura, serviços básicos (telefonia), assessoria (gerencial, contábil e financeira), qualificação de profissionais e rede de contatos (network).

As incubadoras têm como objetivo reduzir a taxa de mortalidade das pequenas empresas. Para tanto, oferecem um ambiente flexível e encorajador, onde são oferecidas as facilidades para o crescimento de novos empreendimentos com custos reduzidos. Ampliando as chances de sucesso através do processo de seleção, captando os melhores projetos e os melhores empreendedores, formando um time vencedor.

As incubadoras de empresas são ambientes que disseminam a cultura empreendedora e fomentam a criação de novas empresas, além de protegerem seu desenvolvimento. Abrigam novos negócios, por tempo limitado, e se destacam pelos vários mecanismos criados para estimular a transformação de resultados de pesquisas, em produtos e serviços. Assim, revertem em atividade econômica os investimentos em pesquisa realizados pela sociedade.

Abrir e manter uma empresa exige uma série de conhecimentos que a maioria dos empreendedores não possui. O resultado aparece nas estatísticas do SEBRAE que mostram que 86% das empresas fecham antes dos dois anos de constituição.

No entanto, poucas pessoas sabem que existem organizações para apoiar o nascimento e o crescimento de pequenos negócios: “as incubadoras de empresas”. Especialmente no Brasil, costumam localizar-se junto às instituições de ensino superior e importantes meios de pesquisas, para que as empresas se beneficiem da proximidade dos laboratórios e dos recursos humanos destas instituições para transformar universitários em donos do próprio negócio.

Nos primeiros anos das empresas, as incubadoras oferecem consultorias, assessorias, diversos serviços e até estrutura física para fortalecer os passos iniciais

do empreendimento e preparar empresários e empresas para se consolidar no mercado. É nesse ambiente das incubadoras que pesquisas projetos e idéias inovadoras saem do papel e se transformam em empresas de sucesso.

Essas vantagens, somadas à sinergia decorrente da própria convivência entre os novos empresários, fazem com que a taxa de mortalidade desses empreendimentos seja minimizada. As incubadoras geram emprego, renda e estimulam, a partir da demonstração do sucesso de suas empresas, uma atividade empreendedora dentro da própria comunidade.

Em Patos de Minas temos uma sede de iniciativa local, é bastante significativa e justifica a importância do processo de incubação de empresas em um país que, como o nosso, convive com altas taxas de desemprego e fechamento precoce de empreendimentos.

DICAS	
1	Uma idéia de negócio só é realmente boa se há clientes que querem comprar seu produto ou serviço agora. Sem isto você pode não estar diante de uma oportunidade de negócio viável. Estude e analise bem os mercados almejados.
2	Só avance se você estiver convencido da viabilidade financeira do seu produto/serviço e se estiver preparado para se comprometer totalmente um sucesso. Ser competitivo está relacionado ao próprio êxito do empreendimento.
3	Entre no mercado somente após você ou sua equipe adquirir uma boa experiência e conhecimento das suas questões-chave. Por exemplo: como obter clientes, estratégias de preços, custos típicos, etc.
4	Tenha o capital necessário; e se possível, alguma reserva para contingências. Planeje com antecedência, e por cautela, tenha em mente como levantar fundos adicionais rapidamente se necessário.
5	Nunca se esqueça de seus clientes. Verifique continuamente o atendimento. Assegure que os produtos/ serviços o atendem; se não ultrapassam os requisitos dos clientes e se possuem diferenciais em relação à concorrência. Pergunte a si mesmo todos os dias, quem são os seus clientes? O que eles querem? Por que eles compram de você? Nunca seja dependente demais de um único cliente ou fornecedor.

6	Procure conhecer e estudar ao máximo o seu negócio e as técnicas de gestão. Pesquise e amplie os seus conhecimentos e contatos, procure garimpar oportunidades. Fique atento aos custos.
7	Tenha planos para emergência e eliminação de eventuais riscos que possam comprometer a continuidade do seu negócio como: atrasos de fornecedores, e situações envolvendo pedidos de clientes, recrutamento de pessoal, necessidade de obtenção de um empréstimos, etc.
8	Procure aconselhamento ou orientação profissional (seja, financeira, gerencial, jurídico ou outro), sempre que necessário e adequado.
9	Procure formar rapidamente um time com colaboradores certos, comprometidos e motivados.
10	Planeje e organize o seu negócio antes de iniciá-lo, e ao fazê-lo, seja realista – evite otimismo demasiados – considere todos os custos incorridos e lembre-se que o negócio precisa ser lucrativo. A falta de planejamento tem sido apontada como a principal causa de fracasso nos negócios.

Quadro 7 - Dez dicas importantes para a sobrevivência do negócio

Fonte: Jornal Pequenos Negócios, fevereiro de 2011.

4.2 Órgãos de fomento

Os órgãos de fomento analisam e custeiam o projeto em forma de financiamentos, são entidades patrocinadoras de idéias, para a realização de um sonho. São gargalos na gestão de projetos, por não terem uma metodologia de tramitação bem definida e mais ágil. Os principais órgãos são:

Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT)

Como órgão da administração direta, o MCT tem como competências os seguintes assuntos: política nacional de pesquisa científica, tecnológica e inovação; planejamento, coordenação, supervisão e controle das atividades da ciência e tecnologia; política de desenvolvimento de informática e automação; política nacional de biossegurança; política espacial; política nuclear e controle da exportação de bens e serviços sensíveis.

SOFTEX - SOCIEDADE BRASILEIRA PARA PROMOÇÃO DA EXPORTAÇÃO DE SOFTWARE

Uma organização não-governamental cujo objetivo social é o de executar, promover, fomentar e apoiar atividades de inovação e desenvolvimento científico e tecnológico de geração e transferência de tecnologias e notadamente de promoção do capital humano, através da educação, cultura e treinamento apropriados, de natureza técnica e mercadológica em Tecnologia de Software e suas aplicações, com ênfase no mercado externo, visando o desenvolvimento socioeconômico brasileiro, através da inserção do país na economia mundial.

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

Empresa pública federal é hoje o principal instrumento de financiamento de longo prazo para a realização de investimentos em todos os segmentos da economia, em uma política que inclui as dimensões social, regional e ambiental.

FINEP - Financiadora de Estudos e Projetos

A capacidade de financiar todo o sistema, combinando recursos reembolsáveis e não-reembolsáveis, assim como outros instrumentos, proporciona à FINEP grande poder de indução de atividades de inovação, essenciais para o aumento da competitividade do setor empresarial.

FAPEMIG - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais

É a única agência de fomento ao desenvolvimento científico e tecnológico de Minas Gerais. É uma fundação do Governo Estadual, vinculada à Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Os recursos financeiros são assegurados pela Constituição do Estado.

“Enquanto a maioria dos empreendedores nasce com certo nível de inteligência, empreendedores de sucesso acumulam habilidades relevantes, experiências e contatos com o passar dos anos” (DORNELAS, 2005, P. 35).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do contexto estudado, pode se perceber que o empreendedorismo pode e deve ser estudado, para aprimorar conhecimentos e ampliar experiências. O empreendedorismo é de vital importância para o crescimento do mercado brasileiro, diminuindo a carência de renda da sociedade, gerando empregabilidade.

A falta de planejamento ou sua má execução ao abrir uma empresa pode causar a falha de um sistema organizacional. No entanto várias empresas têm seu início sem qualquer tipo de planejamento.

Os levantamentos iniciais apontam que no Brasil falta preparo e conhecimento específicos, o costume do país não permite o preparo empreendedor nos primeiros ciclos escolares, a constante desta temática buscará identificar a possível falha do sistema empreendedor brasileiro, averiguando hábitos e costumes, padrões de ensino e interesse da população.

A cultura brasileira ou sistema de ensino enfatiza a formação tecnológica, que é fundamental ao processo empreendedor, mas não suficiente. Anteriormente tecnologia e capacidade de produção eram por si mesmas, vantagens competitivas. Hoje sucedidas pelo controle de custos e qualidade que representam um diferencial.

Os empreendedores que não se adequarem encontrarão sérias dificuldades para permanecer no mercado. O profissional deverá estar apto às exigências de mercado como empreendedor e intra-empendedor.

O Brasil tem apresentado baixo aspecto empreendedor, pessoas que, sem preparo, iniciam um negócio e nele encontram frustrações das quais não sabem administrar, repassando o histórico vivido a outros, que passam a caracterizar a idéia que; ser empregado é melhor que ser empregador, a falta de incentivo e motivação torna o Brasil cada vez menos empreendedor, por negócios mal sucedidos, deixando de visualizar a falta de preparo e iniciação empreendedora. O empreendedorismo só é estudado em alguns cursos acadêmicos como: Administração, Engenharia e outros, uma vez que sua iniciação deveria se dar nos primeiros ciclos escolares, para maior crescimento das sociedades e do mercado

brasileiro, gerando informação, conhecimento e motivação, desenvolvendo o potencial empreendedor da nação.

Segundo pesquisas SEBRAE (2004), os resultados mostram que para os empresários, questões relacionadas ao gerenciamento do negócio são determinantes para o sucesso ou fracasso do estabelecimento, constatando que as empresas brasileiras morrem mais devido a falhas gerenciais do que por problemas conjunturais ou taxaço tributária.

Dentre a falta de preparo notam-se algumas falhas gerenciais como capital de giro, problemas financeiros e a ausência de pesquisa de mercado; o concorrente não é notado como devido, não há busca por empresas de consultoria para solucionar dificuldades financeiras.

Outro fator de entrave é a burocracia na constituição de uma empresa, muitas vezes impedindo a legalidade das empresas ou levando-as a dificuldades financeiras para cumprir as obrigações legais.

Conhecer as ferramentas empreendedoras é um escudo de proteção, defesa contra o concorrente e força para o poder de decisões. Saber escolher o mercado de atuação e estar bem alinhado com as inovações é uma vantagem competitiva, garantindo, assim, o sucesso do negócio.

As ferramentas empreendedoras precisam de maior divulgação em meio a sociedade, demonstrando suas vantagens e aonde encontrá-las. Trazendo ao empreendedor o direito de participar do mercado de forma agressivamente competitiva.

Os estudos pertinentes ao assunto provam a real necessidade de apóio ao empreendedor, que inicia e finda suas atividades sem sentir o gosto da vitória. Com as ferramentas que já se encontram no mercado brasileiro, em posse dos que lhe são de direito, poderá o mercado consagrar uma nova era empreendedora.

REFERÊNCIAS

BEDÊ, Marco Aurélio (coord.). **Sobrevivência e Mortalidade:** das empresas paulistas de 1 a 5 anos. São Paulo: Sebrae, 2004.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão:** Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003.

BNDES. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br>>. Acesso em: 06 junho 2011.

BRASIL atinge maior taxa de empreendedores por oportunidade, diz pesquisa. **GEM**, São Paulo, 08 abril 2010. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/empreendedorismo/home/?pag=detalhedestaque&id=32>>. Acesso em: 08 março 2011.

CADERNO orientado para o micro e pequeno empreendedor. **Pequenos Negócios**, Belo Horizonte: Associados, n. 360, fev. 2011.

CHEMAWAT, Pankaj. et al. **A estratégia e o cenário dos negócios.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** 4.ed. São Paulo: Makron books, 1993.

_____. **Teoria geral da administração.** 6.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

DEGEN, R. **O empreendedor:** empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

_____. _____. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: práticas e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

_____. _____. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

FAPEMIG. Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais. Disponível em: <<http://www.fapemig.br>>. Acesso em: 06 junho 2011.

FINEP. Financiadora de Estudos e Projetos. Disponível em: <<http://www.finep.gov.br>>. Acesso em: 06 junho 2011.

GEM. Pesquisas. Disponível em <http://www.agenciasebrae.com.br/anexo_download.kmf?cod=314>. Acesso em: 06 junho 2011.

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

INCUBADORA de empresas. O que é uma incubadora de empresas? Patos de Minas. Disponível em: <http://www.incubadorapatos.com.br/o_que_e.php>. Acesso em: 06 junho 2011

LOPES, Rose (coord.). **Educação empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. São Paulo: Elsevier, 2010.

MCT. Ministério da Ciência e Tecnologia. Disponível em: <<http://www.mct.gov.br>>. Acesso em: 06 junho 2011.

SEBRAE. Falhas gerenciais levam empresas a fim precoce, diz pesquisa. São Paulo, 13 agosto 2004a. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/informativo/falhasgerenciais-levam-empresas-a-afim-precoce/1418/>>.

Acesso em: 10 abril 2011.

SEBRAE. FATORES condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil. [S.l.]: Athalaia, 2004b.

SEBRAE. Para o empreendedor. Minas Gerais. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/home/homeportal.aspx>>. Acesso em: 06 junho 2011.

SOFTEX. SOCIEDADE BRASILEIRA PARA PROMOÇÃO DA EXPORTAÇÃO DE SOFTWARE. Disponível em: <<http://www.softex.br>>. Acesso em: 06 junho 2011.

VARELLA, J. **O desafio de empreender:** coaching para criar e gerir um negócio. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.