

JULEÍSA ALBUQUERQUE DOS SANTOS

**CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR COMO
FACILITADOR DAS INICIATIVAS DE DESENVOLVIMENTO
LOCAL**

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL –
MESTRADO ACADÊMICO
CAMPO GRANDE-MS
2007**

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: “Caracterização do Perfil Empreendedor como Facilitador das Iniciativas de Desenvolvimento Local”

Área de concentração: Desenvolvimento local em contexto de territorialidades

Linha de Pesquisa: Desenvolvimento local em territorialidades de micros e pequenos empreendimentos

Dissertação submetida à Comissão Examinadora designada pelo Conselho do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local – Mestrado Acadêmico da Universidade Católica Dom Bosco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Local.

Dissertação aprovada em: 04/05/2007

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Olivier Fançois Vilpoux - Orientador
Universidade Católica Dom Bosco – UCDB

Prof. Dr. Renato Luiz Sproesser
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS

Prof. Dr. José Francisco Vianna
Universidade Católica Dom Bosco – UCDB

*Dedico esta dissertação
aos amores da minha vida:
Adriano (meu esposo) e
Jéssika (minha filha).*

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela presença constante na minha vida;

Aos meus pais (in memoriam) Julio Ferreira dos Santos e Floriza C. de Albuquerque dos Santos, que foram meus primeiros mestres, me ensinaram a valorizar o estudo e a lutar pelos meus sonhos. Devo a eles tudo o que sou e tudo que tenho;

Ao meu esposo, Adriano dos Santos, que foi a pessoa que esteve presente em todos os momentos me apoiando incondicionalmente;

Ao Prof. Msc. Thales de Souza Campos, que deu o incentivo inicial para que eu ingressasse no mestrado, colocando a “pulguinha deste desafio” em minha cabeça;

Ao Prof. Dr. Manfredo Luiz Lins e Silva pelo incentivo do ingresso no mestrado e apoio no decorrer;

À UCDB, na pessoa do Pe. Jair Marques de Araújo, pelo apoio financeiro e pelo incentivo dado ao longo do programa de mestrado;

À minha madrinha Nirciléia Albuquerque Vargas, pelo apoio e carinho dispensado à Jéssika e à mim no momento de finalização da dissertação, sem os quais não seria possível o término deste trabalho;

Ao meu irmão Sandro César, minha sobrinha Stéffany, minha cunhada Lenice, minha prima-irmã Elaine, meu padrinho Claudemir e minha madrinha Marly por fazerem parte da minha vida;

Enfim, a todos aqueles que contribuíram, direta ou indiretamente, para conclusão deste trabalho, meu muito obrigado!

*Alguns homens vêem as coisas como são,
e perguntam: "Por quê?"*

*Eu sonho com as coisas que nunca existiram
e pergunto: "Por que não?"*

Bernard Shaw

SUMÁRIO

LISTA DE ABREVIATURAS.....	vii
RESUMO	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUÇÃO	1
II. METODOLOGIA DE PESQUISA.....	6
III. REFERENCIAL TEÓRICO.....	9
3.1Desenvolvimento Local.....	9
3.1.1 Noções gerais.....	9
3.1.2 Comunidade.....	14
3.2 Empreendedor	15
3.2.1 Noções gerais.....	16
3.2.2 Características do empreendedor	21
3.3 Papel do Empreendedor no Desenvolvimento Local	32
3.3.1 Contribuição dos pequenos empreendimentos.....	32
3.3.2 Empreendedor como agente de desenvolvimento	38
IV. CARACTERÍSTICAS DE IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR..	40
4.1 Características Baseadas na Bibliografia.....	40
4.2 Características Baseadas em Estudos de Casos	42
4.2.1 Cremogema: Eudóxio Calmon.....	42
4.2.2 DB – Brinquedos Ltda.: Adelino Pimentel Neto	44
4.2.3 O empreendedor do século XX: Francesco Matarazzo.....	45
4.2.4 Prata 1000 Indústria e Comércio Ltda.: Edison Morelis Coca	47
4.3 Confronto da Bibliografia com os Estudos de Casos	48
V. CONCLUSÕES.....	50
REFERÊNCIAS	52
ANEXO	60

LISTA DE ABREVIATURAS

ABC –	Agência Brasileira de Cooperação
BNDES –	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CIESP –	Centro das Indústrias do Estado de São Paulo
CLT –	Consolidação das Leis de Trabalho
DLIS –	Desenvolvimento Local, Integrado e Sustentável
ECINF –	Economia Informal Urbana
FIB –	Felicidade Interna Bruta
FIESP –	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
GEM –	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IBGE –	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH –	Índice de Desenvolvimento Humano
IEA –	Instituto de Estudos Avançados
IQV –	Índice de Qualidade de Vida
LETS –	<i>Local Employment and Trading System</i>
MPME –	Micro, Pequenas e Médias Empresas
MRE –	Ministério das Relações Exteriores

OECD –	<i>Organization for Economic Cooperation and Development</i>
ONG's –	Organizações Não Governamentais
ONU –	Organização das Nações Unidas
PIB –	Produto Interno Bruto
PMEs –	Pequenas e Médias Empresas
PNUD –	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
RAIS –	Relação Anual de Informações Sociais
SEBRAE –	Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas
SEL –	<i>Systèmes d'Echange Local</i>
SOFTEX –	Sociedade Brasileira para Exportação de Software
UCDB –	Universidade Católica Dom Bosco

RESUMO

A presente dissertação focaliza a caracterização do perfil empreendedor para facilitar iniciativas de desenvolvimento local. Parte-se do pressuposto de que ao conhecer as variáveis que formam o perfil empreendedor pode-se ter maior eficiência no oferecimento de cursos à membros de uma comunidade que possuem tal perfil, aumentando as chances de sucesso e, portanto, facilitando o desenvolvimento daquele local. A pesquisa demonstra que há diferença entre características pessoais, técnicas e gerenciais, sendo a primeira impossível de ser aprendida por ser inerente a cada indivíduo. São identificadas as oito características pessoais de um empreendedor mais encontradas em artigos científicos. Em seguida, são analisados quatro casos de empreendedores de sucesso e verificado se as características isoladas são encontradas nestas pessoas. Finalmente é feita uma análise das características extraídas do referencial teórico em confronto com os estudos de casos, a fim de destacar as características que realmente fizeram a diferença para o sucesso empresarial desses empreendedores. Os resultados obtidos poderão subsidiar pesquisas futuras em pequenas comunidades, buscando as características identificadas em pessoas da comunidade para favorecer o desenvolvimento local ou verificando a existência dessas características nos empreendedores de sucesso de várias comunidades.

Palavras-chave: empreendedorismo, desenvolvimento local, perfil empreendedor.

ABSTRACT

This work focuses on the characterization of entrepreneur profile, to turn easier the Local Development initiatives. It starts from the assumption that knowing the variables that build the entrepreneur profile can efficiently offers training to community members that have the requested profile, increasing possibilities of success and, therefore, helping local development. The research demonstrates that exists differences among personal, technical and management characteristics, where the first is inherent to each individual and cannot be teach. The work identifies the eight entrepreneur personal characteristics most found in the consulted literature. After that, the story of four well succeeded entrepreneurs is analyzed and it is verified if the 8 identified characteristics can be found in these cases study. Finally, a comparison of extracted characteristics from literature with the cases study is realized, with the purpose to identify the most important characteristics to characterize an entrepreneur. The research results can subsidize new researches in local communities, identifying the existent characteristics in small communities to facilitate local development.

Key-words: entrepreneurship, local development, entrepreneur profile.

I. INTRODUÇÃO

Há uma preocupação mundial cada vez maior com as dificuldades em eliminar os problemas de distribuição de renda e de desemprego, em especial por parte dos países em desenvolvimento. Essa preocupação pode ser evidenciada pelas diversas discussões em fóruns nacionais e internacionais, tais como o Fórum Social das Américas, o Fórum Social Mundial, o projeto governamental brasileiro intitulado Projeto Política Nacional de Apoio ao Desenvolvimento Local, além de discussões em instituições de pesquisa, universidades e ONG's.

As empresas possuem um papel muito importante para o desenvolvimento econômico de um país, principalmente os micro e pequenos empreendimentos. Esses últimos constituem o cerne da dinâmica da economia dos países, os impulsionadores do mercado, os geradores de oportunidades mesmo em situações de recessão. Atualmente são os maiores geradores de empregos e alvos de numerosas políticas públicas de desenvolvimento (CHIAVENATO, 1995).

A educação é um dos motores que mais contribui para o crescimento econômico de um país e, portanto, deve ser valorizada. Os cursos de empreendedorismo devem preparar o indivíduo para as mudanças no mundo empresarial. Com a mundialização e a aceleração das mudanças tecnológicas e de consumo, além da preocupação com responsabilidade social, houve um aumento da necessidade de adaptação e flexibilidade por parte das empresas. As grandes empresas substituíram a mão de obra por maquinário e tecnologia, na busca de redução de custos e aumento da qualidade. As micro e pequenas empresas passaram a valorizar ainda mais a postura de iniciativa, visão e criatividade, exigindo atitudes e comportamentos pró-ativos para tornar o empreendimento competitivo e lucrativo (CAMILOTTI, 2001).

- **Justificativa**

Na pesquisa da GEM (Global Entrepreneurship Monitor) de 1999, para investigar as complexas relações entre empreendedorismo e crescimento econômico dos sete países mais ricos do mundo (Alemanha, Canadá, Estados Unidos, França, Inglaterra, Itália e Japão) além da Dinamarca, Finlândia e Israel, ficou evidenciado que o empreendedorismo é o principal fator de desenvolvimento econômico de um país.

Em 2004, a GEM avaliou as condições de empreender no Brasil e encontrou três limitações principais: o apoio financeiro, as políticas governamentais e a educação / treinamento. Esse estudo considerou como senso comum que o empreendedorismo e desenvolvimento econômico compõem um círculo virtuoso e, portanto, devem estar no topo das prioridades das políticas públicas. Em consequência, o empreendedor deve ser considerado como essencial no processo de desenvolvimento.

Na tentativa de fazer com que a educação e os treinamentos não sejam considerados uma limitação ao empreendedorismo, diversas instituições estão oferecendo cursos, inclusive via internet. Exemplo disto é a parceria entre SEBRAE e o IEA (Instituto de Estudos Avançados) que segundo Malvestiti et al. (2005) é o maior programa gratuito de formação empreendedora via internet de toda a América Latina, com duração de 2 meses e carga horária de 30h. Em quatro anos, 177.734 pessoas se inscreveram e 66,85% concluíram o curso, das quais 34% são estudantes universitários e apenas 12,9% abriram seus próprios negócios.

Recentemente, o empreendedorismo tem sido uma das principais estratégias utilizadas para acelerar o desenvolvimento econômico de um país ou de uma comunidade, principalmente através de políticas públicas. O local onde se instala a empresa é beneficiado não só com a geração de empregos, mas com a movimentação da economia local. Isto significa que outros setores também são beneficiados, surgindo a geração de renda direta e indireta de tal forma que proporciona melhoria na qualidade de vida dos envolvidos neste ciclo (DOLABELA, 1999; GEM, 2004; MARCO, 2003).

Em paralelo a valorização das micro e pequenas empresas, a noção de empreendedor ganhou grande destaque. Segundo Dolabela (1999), Jean-Baptiste Say, considerado o pai do empreendedorismo, e Schumpeter associam o empreendedor ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios. O empreendedor é um indivíduo que aloca valores para a sociedade, através de sua capacidade de fazer prosperar um empreendimento. Por isso ele possui um papel relevante no desenvolvimento. Segundo Nolan (2000), pesquisas indicam que as regiões que têm rápido desenvolvimento geralmente têm altas taxas de abertura de empresas.

Conforme indicado por Nolan (2000), a OECD (Organization for Economic Cooperation and Development), da qual fazem parte 30 países, fez um levantamento sobre os principais problemas gerados pela falta de emprego e de padrões de vida razoáveis. Foram apontados os problemas de saúde, moradia de baixa qualidade, crime e exclusão social como fatores mais importantes. Na tentativa de melhorar este quadro foram realizadas várias estratégias, dentre elas o apoio à criação de novas empresas.

• **Hipótese**

O presente trabalho uniu dois temas de relevância para o progresso econômico, social e político de um país, o empreendedorismo e o desenvolvimento local. A questão central da pesquisa se embasa no fato de que o empreendedor possui papel relevante para o desenvolvimento local e o crescimento da comunidade na qual está inserido. A pesquisa se baseia na hipótese que as dificuldades de iniciativas locais favoráveis ao desenvolvimento em pequenas comunidades podem ser melhoradas a partir do momento em que é possível identificar pessoas com potencial empreendedor, ou seja, que possuam características pessoais empreendedoras. Identificadas as características pessoais relevantes e as pessoas com o perfil adequado, é possível trabalhar as características técnicas e gerenciais, outras características relevantes para um empreendedor, mas que não dependem do perfil da pessoa e podem ser ensinadas (DORNELAS, 2001).

Há uma ligação bem forte entre o empreendedorismo e o desenvolvimento local, evidenciada pelas inúmeras ações desenvolvidas não só no Brasil, mas em diversos países, para tentar suprir a necessidade de geração de emprego e melhoria da qualidade de vida. Assim, para favorecer as iniciativas de Desenvolvimento Local precisa-se de empreendedores. Por isso é necessário identificar as pessoas com maior probabilidade de se tornar empreendedor.

- **Objetivo**

Pretende-se identificar as características importantes que devem fazer parte do perfil de um empreendedor. A identificação de perfis empreendedores em pequenas comunidades facilita as atividades de treinamento para permitir a emergência de atores locais de desenvolvimento e para auxiliar na criação de pequenos empreendimentos.

- **Apresentação da pesquisa**

Na primeira etapa é apresentada a metodologia adotada, onde é explicado de que forma foi conduzida a pesquisa. Em seguida é abordado o referencial teórico, que traz na primeira seção noções gerais de desenvolvimento, comunidade e capital social. O desenvolvimento local não é a questão central desta pesquisa, porém é o que se espera atingir a partir dos resultados da pesquisa. Portanto, é preciso entender seus fundamentos para poder entender a razão de se pesquisar o perfil empreendedor. Além do desenvolvimento local, a identificação de pessoas com perfil empreendedor passa pelas noções de comunidade.

A segunda seção do referencial teórico explica noções gerais de empreendedor e apresenta as diferentes características do empreendedor, a partir de vários autores. A terceira seção aborda a importância dos pequenos empreendimentos para o desenvolvimento local e o papel do empreendedor como agente de desenvolvimento.

O quarto capítulo apresenta as características relevantes para identificação do perfil empreendedor, primeiramente através da coletânea exposta

no referencial teórico, com a seleção das variáveis mais utilizadas. Em seguida são descritos e analisados quatro casos de sucesso, de modo a verificar quais as características encontradas nestes. Finalmente é feito um confronto entre a bibliografia e os casos a fim de afunilar a quantidade de variáveis relevantes e sintetizar as características realmente importantes para o sucesso de um empreendimento.

O último capítulo apresenta as considerações finais, onde são descritas as contribuições da pesquisa e em seguida as sugestões para trabalhos futuros.

II. METODOLOGIA DE PESQUISA

Segundo Lakatos e Marconi (1991, p. 155), a pesquisa é “um procedimento reflexivo sistemático, controlado e crítico, que permite descobrir novos fatos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo do conhecimento”. Portanto, busca-se conhecer uma realidade ou descobrir novos fatos ou verdades referentes ao tema proposto.

Lakatos e Marconi (2004) expõem que ao definir o método, se determina o caminho pelo qual se pretende chegar a determinado resultado e a forma de proceder ao longo deste caminho, além de ajudar a compreender o processo de investigação. Caso algum outro pesquisador repita o mesmo método, deve chegar ao mesmo resultado. Os autores enfatizam que não há ciência sem o emprego de métodos científicos, ordenados e racionais.

• Método de Pesquisa

O método de pesquisa escolhido foi o indutivo, que segundo Lakatos e Marconi (2004) é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, insere-se uma verdade geral ou universal, não contidas nas partes examinadas.

Segundo estes autores, ao se escolher o método indutivo deve-se considerar três elementos fundamentais: 1. observação dos fenômenos; 2. descoberta da relação entre eles; 3. generalização da relação. A pesquisa seguiu as etapas de indução apresentadas a seguir:

1. ***Observação dos fenômenos*** - nesta etapa foram observados os fatos através da revisão bibliográfica e dos casos de empreendedores de sucesso, analisados com a finalidade de caracterizar o perfil empreendedor para facilitar iniciativas de desenvolvimento local.

a) *Revisão Bibliográfica*: Segundo Fachin (2001), consiste na obtenção de informações que dão embasamento teórico à pesquisa, através de consulta em artigos, livros, revistas, jornais, dissertações, teses, encyclopédias, etc.

Cervo (2002) explana que a revisão bibliográfica pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa, buscando conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema.

Sendo assim, foram pesquisados livros nacionais e internacionais, dissertações, teses, artigos nacionais e internacionais. Foram transcritas todas as características destacadas por cada autor.

Através da revisão bibliográfica foram definidas as *variáveis de pesquisa do perfil empreendedor* em Técnica (know-how técnico na sua área de atuação), Gerencial (controle de ações de diversas áreas) e Pessoal (já presentes no indivíduo) e montada uma tabela onde são separadas as características pessoais, foco da pesquisa, das características técnica e gerencial que podem ser aprendidas. Em seguida, foram selecionadas as características citadas pelos autores que mais aparecem como relevantes.

b) *Casos de Empreendedores de Sucesso*: Após selecionar as características pessoais, foi necessário avaliar a presença dessas características em empreendedores de sucesso. Foram destacados quatro estudos de casos e verificado quais as características pessoais identificadas na literatura são encontradas nesses empreendedores.

O critério utilizado para seleção dos casos foi a amostra não probabilística e intencional, baseado em revisão de literatura.

2. ***Descoberta da relação entre os fenômenos observados*** – na segunda etapa procurou-se, por intermédio da comparação, descobrir a relação existente entre as características identificadas na literatura e aquelas levantadas a partir dos estudos de caso. Após a análise do referencial teórico, a separação das características mais relevantes e a verificação da presença dessas características nos quatro empreendedores avaliados, foi realizado um

cruzamento das informações na busca de restringir as características necessárias para identificar um empreendedor.

3. ***Generalização da relação*** – Com o fechamento do método indutivo, faz-se a generalização dos fatos pesquisados e se apresenta o perfil empreendedor, segundo as observações e descobertas da relação entre os dados bibliográficos e os estudos de caso. A partir da síntese da bibliografia e dos casos de sucesso, generalizou-se que as pessoas que possuem as características selecionadas terão mais facilidade em gerenciar seu próprio negócio e em consequência, facilitarão o desenvolvimento de suas Comunidades.

Após a realização da pesquisa através do método escolhido, a conclusão apresenta as considerações finais e aborda os limites do estudo, indicando as pesquisas complementares que poderão ser realizadas para verificar a aplicabilidade dos resultados apresentados.

III. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico é dividido em três seções, a primeira aborda a noção de desenvolvimento local, com definições e dados relevantes, a segunda apresenta as noções de empreendedor e empreendedorismo, a terceira enfoca o papel do empreendedor no desenvolvimento local.

3.1 Desenvolvimento Local

Após a definição dos termos desenvolvimento e local, o capítulo apresenta termos relevantes para o desenvolvimento local, em especial a noção de comunidade, onde pode-se encontrar pessoas com perfil empreendedor.

3.1.1 *Noções gerais*

Baseado em Silva (2003), o termo desenvolvimento tem sido usado pelos economistas para designar crescimento econômico de longa duração, que envolve mudanças estruturais de uma sociedade para um estágio mais avançado. Os organismos internacionais classificam os países como desenvolvidos, em desenvolvimento ou subdesenvolvidos de acordo com suas estruturas econômicas e sociais.

Alguns autores consideram o crescimento sinônimo de desenvolvimento, enquanto outros pensam que este é apenas uma condição indispensável para o desenvolvimento. A reflexão sobre estes termos é importante, conforme afirma Singer (1982) *apud* Ávila (2000, p. 22):

O crescimento é visto como um processo de expansão quantitativa, mais comumente observável nos sistemas relativamente estáveis dos países industrializados, ao passo que o desenvolvimento é encarado como um processo de transformações qualitativas dos sistemas econômicos prevalecentes nos países subdesenvolvidos (...). O desenvolvimento é o processo de passagem de um sistema a outro.

Ávila (2000) indica que por desenvolvimento entende-se o adiantamento, crescimento, aumento e progresso dos estágios econômico, social e político de uma comunidade. O rompimento das amarras se faz necessário para que aqueles histórica e tradicionalmente entranhados em sua maneira de ser e agir, possam se orientar para novas maneiras de evolução com equilíbrio e progresso, que busca o crescimento do padrão de vida da população de forma integrada através da transformação econômica, política e social.

Moisés (1999) afirma que crescimento exige material e energia, enquanto que desenvolvimento produz e se alimenta de interações e informação. Desta forma, se fala de crescimento populacional e de desenvolvimento intelectual.

Para Mamede (2004), enquanto crescimento econômico se refere principalmente à capacidade de uma nação se tornar mais rica através da produção de bens e serviços, desenvolvimento econômico insinua que os cidadãos dessa nação terão melhorias.

Tomando como base a definição de Singer (1982) *apud* Ávila (2000), pode-se afirmar que a análise de abrangência nacional, estadual e municipal do PIB (Produto Interno Bruto) e/ou da renda per capita aponta apenas crescimento do ponto de vista econômico, deixando de lado uma análise do processo de evolução econômico-social e participativo, beneficiário de toda a população abrangida. Ávila (2000) complementa a reflexão anterior afirmando que as duas frentes de desenvolvimento – social e econômico – devem ir em conjunto. A social potencializa as pessoas para se tornarem sujeitos e agentes inclusive da econômica e a econômica enseja sustentação material e apoio instrumental ao alavancamento da social.

Já o local é tratado por Ávila (2000) como um espaço, uma superfície territorial de dimensões razoáveis para o desenvolvimento da vida, que possui uma identidade que o diferencia de outros espaços e de outros territórios e no qual as pessoas habitam, se relacionam, trabalham, compartilham normas, valores, costumes e representações simbólicas.

Campanhola e Silva (2000) corroboram da mesma linha de raciocínio, onde local representa o agrupamento de relações sociais. É no lugar que a cultura

e outros caracteres não-transferíveis têm sido sedimentados, onde o capital social age. O local é também onde acontece o encontro das relações de mercado e onde as instituições públicas atuam para regular a sociedade.

Na visão de Oliveira (2001), o caminho mais rápido para definir o que é desenvolvimento local é a assimilação à noção de desenvolvimento econômico que ficou por muito tempo em uso, mas que hoje foi substituído pelo discurso dominante do crescimento. O autor indica também que desenvolvimento local pode corresponder à satisfação de um conjunto de requisitos de bem-estar e qualidade de vida.

Desta forma, uma das melhores opções para se avaliar o desenvolvimento de um país é o critério utilizado pela ONU. Segundo Moisés (1999), devido a insuficiência dos parâmetros econômicos para avaliar o desenvolvimento dos países, a ONU passou a calcular o desenvolvimento pelo IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), que considera três dimensões, saúde, educação e renda. O IDH continua avaliando o crescimento econômico através da estimativa de renda das pessoas em seu próprio país, usando o PIB per capita com ajuste das diferenças no custo de vida de cada nação. Esse critério avalia também o desenvolvimento estimando os aspectos ligados à saúde, à esperança de vida ao nascer e à educação, através da taxa de alfabetização de adultos e da taxa de matrícula combinada com três níveis de ensino.

Até hoje julgava-se ser possível medir o desenvolvimento de uma sociedade pelo nível da produção e do consumo de bens e serviços, por meio de indicadores como o PIB nacional, IDH e posteriormente IQV (Índice de Qualidade de Vida), que mede o bem estar, a habitação, etc. Outros pesquisadores refletiram sobre o resultado destes indicadores e adicionaram mais um item a ser analisado, a FIB (Felicidade Interna Bruta), que além da qualidade de vida, avalia a harmonia social e riqueza de convívio (MOISÉS, 1999).

De acordo com o Comitê Econômico e Social da Comunidade Européia (1995), na Europa o desenvolvimento local é concebido como um processo de reativação da economia e dinamização de uma sociedade local, objetivando o crescimento da economia, a geração de emprego e melhoria da qualidade de

vida, através do aproveitamento dos recursos endógenos. Essa definição é próxima daquela adotada no Brasil onde a tônica é a clara preocupação com a geração de emprego e renda, além da preocupação com o meio ambiente. Neste caso, o desenvolvimento local constitui uma saída para a crise do desemprego e outros problemas socioeconômicos.

Neste estudo os parâmetros usados para medir o desenvolvimento, sejam eles PIB ou IDH, são altamente importantes, porém possuem limitações. Considerando apenas o crescimento das riquezas de um local, não se avalia o desenvolvimento do local. Para isso, deve-se considerar a consequência desta riqueza, a geração de emprego e renda, preocupação com o bem estar, melhoria da qualidade de vida, ações para conservação do meio ambiente, respeito à cultura existente no local e progresso tecnológico e cultural.

Mihailescu (2000) afirma que o local pode ser delimitado de várias maneiras dependendo do campo de estudo, mas é acima de tudo constituído de limites espaciais de pequena escala em uma comunidade ou pelo sistema de redes sociais dos moradores. Com relação ao termo desenvolvimento, o autor indica que não deve ser definido como qualquer tipo de assistência, o principal é contribuir com a comunidade para que ela se auto-desenvolva para se tornar independente e possa caminhar sem necessidade de ser conduzida. O apoio dado à comunidade pode incluir também o trabalho social, reformas de construções, melhoramentos ecologicamente orientados e intervenções (no caso de desastres naturais).

O desenvolvimento local não é um receituário de medidas prontas, tampouco padronizadas, que podem ser aplicadas em qualquer lugar. É uma estratégia de ação de combate ao desemprego em prol da melhoria da qualidade de vida, se utilizando de princípios e pressupostos ecológicos e humanistas. É o produto da iniciativa compartilhada, da inovação e do empreendedorismo comunitário, que aparece num contexto em que se esgotam as concepções de desenvolvimento associadas ao progresso material (“acúmulo de riquezas”), pessoal (“ganhar a vida”) e ilimitado (“quanto mais melhor”) (MARTINS, 2002).

Para Ávila (2000), o desenvolvimento local implica a detecção tanto das potencialidades locais de desenvolvimento quanto de condições ou meios endógenos (de dentro para fora) e exógenos (de fora para dentro) à dimensão

local. O desenvolvimento local deve incluir as potencialidades de se subsidiar um processo contínuo de evolução das potencialidades locais.

Oliveira (2001) trata do desenvolvimento local como tendência contrária aos processos dominantes. O autor cita o caso da globalização, com a introdução de momentos de desregulamentação que ao mesmo tempo necessitam a criação de um diferencial que não possa ser assimilado pelo outro. Essa criação de diferencial competitivo se assimila muito ao papel do empreendedor, que passa a ter uma participação relevante no desenvolvimento.

O desenvolvimento local pode ser definido como o despertar, a mobilização e a emergência das potencialidades de evolução em busca de qualidade de vida financeira ou humana de uma comunidade. Para isso devem ser consideradas as peculiaridades e performances da comunidade. O desenvolvimento deve ser realizado em harmonia interativo-evolutiva com as dinâmicas das condições culturais, sociais, ambientais e materiais (ÁVILA, 2000).

O mesmo autor escreve que o desenvolvimento local consiste no rompimento das amarras que prendam as pessoas em seus *status quo* de vida para permitir a emergência das capacidades, competências e habilidades de uma Comunidade. Essa Comunidade, mediante colaboração ativa de agentes externos e internos, deve se tornar paulatinamente apta a agenciar e gerenciar o aproveitamento dos potenciais próprios. Segundo o autor, é sempre preferível que as idéias surjam dos agentes internos e envolvam os externos.

Cabe neste momento explicar o significado dos termos agentes externos e agentes internos no contexto do desenvolvimento local. Os agentes de desenvolvimento podem ser agentes externos (Governo, Ong's, Universidades, Instituições de Pesquisa, etc.) ou agentes internos, membros da comunidade. Neste caso os empreendedores podem ter papel relevante. Segundo Silva (2003) a junção dos agentes internos e externos forma os Agentes Ativos Locais que são as forças ativas na comunidade local.

A maioria dos autores ressalta que o incentivo ao empreendedorismo deve ser uma ferramenta melhor utilizada pelo poder público, tendo ele o papel de principal intermediador e facilitador do desenvolvimento local. Segundo Nolan (2000), na Europa patrocinada pela Comissão Européia, o poder público foi

responsável pela criação de políticas de concessão de recursos financeiros, acesso facilitado a conselho de negócio e estratégias de aproximação comercial.

O apoio à comunidade não se restringe a facilitação com relação a finanças, mas envolve motivação, educação, parcerias, entre outros. A importância da comunidade no processo decisório de desenvolvimento local justifica a incorporação de uma seção específica sobre esse tema.

3.1.2 Comunidade

De acordo com Houaiss (2001), o termo comunidade significa:

Qualquer conjunto populacional considerado como um todo, em virtude de aspectos geográficos, econômicos e/ou culturais comuns (...) ou, então, grupo de pessoas considerado, dentro de uma formação social complexa, em suas características específicas e individualizantes (...).

Vários autores têm demonstrado dificuldade em definir comunidade. Por este motivo tem havido diversas discussões e pesquisas sobre o assunto, principalmente na sociologia.

D'Avila Filho (2004) indica que o conceito de comunidade tem sido do interesse de sociólogos por mais de duzentos anos, porém uma definição satisfatória em termos de sociologia aparenta estar mais distante do que nunca.

Para Diane (2002), não é possível considerar a comunidade apenas como um lugar específico ou como pessoas que habitam naquele lugar. Ao se referir ao termo comunidade deve-se ter em mente o conjunto, formando o espaço geográfico e as relações que nela acontecem. O autor defende que além das pessoas do lugar, devem se considerar também as 'pessoas de fora', que são partes interessadas ou afetadas por questões de interesse ou projetos realizados na comunidade. Num bairro é possível perceber a existência de comunidade, enquanto que em outro considera-se apenas um bairro. O primeiro é chamado de comunidade pela forte rede de relações existentes e por seu capital social, enquanto que no segundo existe apenas uma aproximação geográfica, onde as pessoas não se conhecem e não se relacionam.

O senso de comunidade abriga pessoas auto-identificáveis, ou identificadas por outras, que interagem socialmente, têm laços históricos em

comum, conhecem as necessidades uns dos outros, dividem valores similares e algumas vezes dividem espaços físicos.

Há também a comunidade não relacionada ao local, mas baseada em histórias em comum, visões política ou pontos de vista similares, como por exemplo os ativistas ambientais que lutam por um mesmo ideal, ou ainda usuários em uma sala de bate-papo na internet que interagem socialmente. Segundo D'Avila Filho (2004), compartilham de interesses em comum, sejam estes sociais, profissionais, ocupacionais ou religiosos.

Para Mihailescu (2000), ao trabalhar o desenvolvimento deve-se respeitar as diferenças comportamentais dos indivíduos, que variam de uma região para outra ou de uma comunidade para outra. Não há receita de desenvolvimento que possa ser aplicada em qualquer comunidade, justamente por causa da individualidade local, motivação e potencialidade.

A comunidade, através de seus agentes internos, deve assumir o agenciamento do seu desenvolvimento. Os agentes externos devem se envolver apenas participando e não nas decisões de base sobre as ações a serem realizadas. Segundo Ávila (2000), são os fatores exógenos que dão suporte à comunidade, mas é ela que dinamiza as forças individuais, familiares e coletivas, em busca de interesses e objetivos comuns, identidade social, cultural e histórica. Daí a importância de se traçar o perfil empreendedor para detectar as pessoas com capacidade para atuar como agentes internos e que poderiam promover o desenvolvimento da comunidade.

Demonstrado o papel relevante da comunidade, cabe demonstrar a seguir alguns dados que evidenciam a relevância dos pequenos empreendimentos para o desenvolvimento local.

3.2 Empreendedor

Nesta seção são apresentadas noções sobre empreendedor e empreendedorismo, tais como histórico, definições e características.

3.2.1 Noções gerais

Historicamente pode-se refletir que os maiores avanços foram conquistados devido a ações de pessoas com perfil empreendedor, mesmo antes destas capacidades de agir, de inovar, de ariscar, etc. serem batizadas de empreendedorismo. Alguém teve que ousar para melhorar a qualidade de vida das pessoas. Retornando à época primitiva, o homem já apresentava ações empreendedoras ao criar uma arma para caçar, mas ainda não havia a preocupação com o mercado.

As primeiras constatações de ações empreendedoras ocorreram no Século XVII, época em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos, assumindo riscos. Segundo Mota; Santos e Silva (2004), Richard Cantillon (1680-1734), Irlandês que viveu na França, foi um importante escritor e economista e considerado por muitos o criador do termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor (aquele que assume riscos) do capitalista (aquele que fornece capital).

No Século XVIII, provavelmente devido a Revolução Industrial e conseqüente início da industrialização, o empreendedor foi de fato diferenciado do capitalista. Jean-Baptiste Say (1767-1832), industrial, economista clássico francês e divulgador da obra de Adam Smith, considerou o desenvolvimento econômico um resultado da criação de novos empreendimentos. Na qualidade de Professor do *Côllege de France*, Say elaborou uma teoria das funções do empresário e atribuiu-lhe um papel de especial importância na dinâmica de crescimento da economia (GOMES, 2005). Mas foi o economista Schumpeter (1883-1950) quem deu projeção ao tema, associando definitivamente o empreendedor ao conceito de inovação e apontando-o como o elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico (GOMES, 2005).

Para Tupanangyr (1996) *apud* Ramos e Escrivão (2000), no Século XIX os empreendedores foram caracterizados pela sua perseverança e abundante energia empreendedora. Tinham pouco ou nenhum capital inicial e nenhuma nobreza ou título, pois vinham da classe média existente. Seus principais objetivos eram o crescimento de suas organizações, aliado ao espírito de inovação. Eles estavam envolvidos na criação científica e sua aplicação

comercial, procurando fazer coisas diferentes a partir de novos métodos. A inovação era a característica central de um empreendedor e a criatividade sua essência.

Segundo Agostini (2001), no século XX os empreendedores foram freqüentemente confundidos com os administradores, sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista. Neste século uma contribuição importante ao empreendedorismo foi de considerar a administração como ciência.

Gomes (2005) expõe que o psicólogo David McClelland (1917-1998), também deu sua contribuição significativa para o empreendedorismo. Foi ele quem desenvolveu a primeira concepção de comportamento empreendedor, abordando a motivação, instigando a discussão sobre o assunto.

Com a criação do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) em 1990, o movimento do empreendedorismo ganhou mais força no Brasil. Segundo Dornelas (2001, p. 26), “o SEBRAE dava suporte ao pequeno empresário brasileiro e a SOFTEX foi criada com o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de várias ações que proporcionavam ao empresário de informática a capacitação em gestão de tecnologia”. Neste período houve a entrada de produtos importados que ajudaram a controlar os preços, uma condição importante para o país voltar a crescer. Porém, houve também a concorrência com os importados. As empresas tiveram que se modernizar e criar estratégias para competir com o mercado externo, enquanto que outras acabaram se extinguindo neste processo de mudança.

A partir desse período passou-se a falar mais sobre empreendedorismo e criação de pequenas empresas. Com a importância de se incentivar o empreendedorismo, surgiu a preocupação de capacitar os candidatos a empreendedor. Como exemplo é possível citar os diversos cursos oferecidos na área de empreendedorismo, principalmente pelo SEBRAE e por várias universidades através de disciplinas específicas na graduação e pós-graduação.

Para entender o significado, o papel e a relevância do empreendedorismo e do empreendedor, é necessário começar pela origem do termo. Dolabela (1999) expõe que é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.

Porém, alguns autores expõem que o termo empreendedorismo, teria origem da palavra francesa *entrepreneur*. Outros afirmam que empreendedorismo ou empreendedor são substantivos derivados do verbo *empreender* que, por sua vez, tem sua origem na forma verbal latina *imprehendo* ou *impraeahendo* que significa “tentar executar uma tarefa”.

Segundo Gomes (2005), o substantivo *empreendedor* aparece pela primeira vez em texto escrito em língua portuguesa no ano de 1563, no livro *Imagen da Vida Christam ordenada per diálogos como membros de sua composiçam; Composto per Frey Hector Pinto, frade Ieronymo*.

O empreendedorismo é definido como algo relevante para o desenvolvimento de uma sociedade, tendo como agentes os empreendedores. Estes são pessoas com características especiais que contribuem fundamentalmente para a realização de um sonho.

De acordo com Dolabela (1999, p. 43), o empreendedorismo é utilizado para:

designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação [...] a palavra empreendedor é utilizada também para designar principalmente as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, etc.

Por refletir lógicas diferentes, Filion (1999) *apud* Dolabela (1999, p. 52), sugere que “na próxima década o empreendedorismo será um dos principais pontos de aglutinação das ciências humanas”. Dornelas (2001, p. 24) confirma esta previsão afirmando que: “[...] o empreendedorismo é o combustível para o crescimento econômico, criando emprego e prosperidade”.

Para Mamede (2004), o empreendedorismo é a habilidade e vontade dos indivíduos, tanto por si mesmo e dentro de organizações, para:

- Perceber e criar novas oportunidades econômicas (novos produtos, novos métodos de produção, novos esquemas organizacionais e novas combinações de produto-mercado);
- Introduzir as suas idéias no mercado, em face à incerteza e outros obstáculos, tomando decisões na forma e no uso de recursos e instituições;
- Competir com outros por uma parte do mercado.

Na concepção de Dolabela (1999), o empreendedorismo visa o desenvolvimento de uma sociedade empreendedora através do trabalho de indivíduos inovadores e independentes. Esses indivíduos aceitam riscos e colocam como objetivo a transformação de suas comunidades.

Diante destas definições, pode-se afirmar que o empreendedorismo tem muito a contribuir com o desenvolvimento de uma comunidade, pois conforme Ávila (2000), é tarefa do empreendedor transformar a sua comunidade por meio de sua participação ativa.

Richard Cantillon chamou de empreendedores aqueles indivíduos que compravam matérias-primas (geralmente um produto agrícola) por um preço certo e as vendiam a terceiros a preço incerto, depois de processá-las. Neste caso, eram considerados empreendedores por observar uma oportunidade e assumir os riscos (GOMES, 2005). Enquanto que Jean Baptiste Say definia o empreendedor como aquele que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade elevada e de rendimento. O autor apresentou alguns requisitos necessários para que um indivíduo se torne um ser empreendedor tais como julgamento, perseverança e um conhecimento do mundo e dos negócios. O sujeito empreendedor deveria ainda, segundo ele, possuir a arte da superintendência e da administração (CAMILOTTI, 2001).

Na visão de Schumpeter o empreendedor não é necessariamente o dono do capital (capitalista), mas um agente capaz de mobilizá-lo. Não é necessariamente alguém que conheça as novas combinações, mas aquele que consegue identificá-las e usá-las eficientemente no processo produtivo. Schumpeter considerava que o desenvolvimento econômico era auxiliado por três

fatores fundamentais: as inovações tecnológicas, o crédito bancário e o empresário inovador (GOMES, 2005).

Sabe-se que no século XX o mundo passou por transformações conceituais e tecnológicas muito importantes num período de tempo muito curto, transformando o dia-a-dia das pessoas. Essas transformações se devem à inovações de produtos, tecnologias ou introdução de uma nova visão de como utilizar algo existente de maneira mais eficiente. Vale ressaltar que dando respaldo a essas inovações, existem pessoas ou equipes de pessoas com características especiais, chamadas de empreendedoras, como enfatizado por Dornelas (2001, p. 19):

Por trás dessas invenções, existem pessoas que são visionárias, que questionam, que arriscam, que querem algo diferente, que fazem acontecer, que empreendem. Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais uma na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado.

Uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, seu comportamento e o próprio processo empreendedor devem ser estudados e entendidos, principalmente nos dias atuais quando a economia, os meios de produção e serviços se sofisticaram, sem falar do avanço tecnológico que tem ocorrido numa velocidade incrível, que requer um número maior de empreendedores.

O momento pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade (DORNELAS, 2001, p. 19).

Dolabela (1999) identifica o empreendedor como uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões e de uma forma simples e abrangente, como alguém capaz de viabilizar uma empresa através da transformação de um sonho, um problema ou uma oportunidade de negócios.

Para Dolabela (1999) é difícil definir o empreendedor em poucas palavras, porque ele possui diversas qualidades e dependendo da formação da pessoa que está definindo-o ele pode ter um foco diferente.

Segundo o autor, os economistas associam o empreendedor à inovação, em virtude da criatividade para empreendimentos inovadores. Já os comportamentalistas enfatizam aspectos atitudinais tais como a criatividade, persistência, internalidade e intuição. Os engenheiros de produção vêem nos empreendedores bons distribuidores e coordenadores de recursos, enquanto que os financistas definem o empreendedor como alguém capaz de calcular riscos, sem arriscar de forma aventureira. É também possível citar os especialistas em gerenciamento que consideram os empreendedores organizadores competentes e desembaraçados e o pessoal de marketing que os considera pessoas que identificam oportunidades e se preocupam com o consumidor.

Percebe-se que o termo empreendedor possui muitas definições propostas por pesquisadores de diferentes campos do conhecimento, que utilizam os princípios de suas próprias áreas de interesse para construir o conceito. Mas, segundo Gomes (2005), duas correntes principais tendem a conter elementos comuns à maioria delas:

- Os economistas liberais, que associam empreendedor à inovação;
- Os psicólogos, que enfatizam os aspectos atitudinais, como a criatividade e a intuição.

Houve também a contribuição dos comportamentalistas que tentaram compreender o empreendedor como pessoa (GOMES, 2005).

A complexidade do, ou dos, perfil(is) empreendedor(es) dificulta a identificação nas comunidades. No entanto, estas precisam ter pessoas com este perfil para tornarem reais seus sonhos. Os agentes externos sozinhos não conseguem promover o desenvolvimento e a comunidade pode saber das próprias necessidades, mas precisa de respaldo na execução do que almeja.

3.2.2 Características do empreendedor

É necessário refletir sobre o ensinar a ser empreendedor para se dar a devida importância à identificação do perfil empreendedor. Dornelas (2001) indica que antigamente vários autores afirmavam que o empreendedor era inato devido

as suas características pessoais, que proporcionam o sucesso. Segundo o autor, esta afirmação continua valendo e enfatiza que não é possível aprender a ter um perfil empreendedor e sim aprender as técnicas empresariais para a criação de empresas duradouras, ajudando na formação de melhores empresários e melhores empresas.

Dornelas (2001) traz informações sobre as habilidades requeridas de um empreendedor, que são classificadas em três áreas:

- *Técnicas* – possuir know-how técnico na sua área de atuação;
- *Gerenciais* - controle das ações das diversas áreas da empresa e ser um bom negociador;
- *Características Pessoais* - disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ser orientado para mudanças, ser persistente e ser um líder visionário.

Analizando as habilidades mencionadas pelo autor, pode-se concluir que as duas primeiras são possíveis de serem aprendidas, já a terceira é pessoal. Assim, quando se fala da descoberta de um empreendedor num curso ou treinamento, pode se concluir que a formação proporciona o despertar do espírito empreendedor ou das características pessoais já presentes no indivíduo, pois não é possível ensinar a construir tais características.

Seguindo a mesma lógica, Mota; Santos e Silva (2004) consideram que o aspecto individual, o dom e a aptidão, ou seja, as características pessoais dos indivíduos, são elementos definidores da personalidade e estão relacionados com o psicológico. Por aspecto social consideram-se as habilidades e atitudes. As habilidades podem ser adquiridas por intermédio de treinamentos, cursos, palestras, etc. A atitude é uma reunião de aptidões e habilidades, ou seja, representa a vocação pessoal de cada indivíduo associado às habilidades (treinamentos, cursos e etc.), o que acaba por gerar uma postura diante da realidade.

A falta de expressão dessas características explica-se pela influência do meio ou pela falta de oportunidade. Dolabela (1999, p. 68) ressalta que o empreendedor é produto do meio, podendo variar seu perfil de acordo com o lugar em que está atuando:

As pesquisas nos dizem que o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa está em ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, terá motivação para criar seu próprio negócio. É fenômeno regional, ou seja, existem cidades, regiões, países mais ou menos empreendedores do que outros. O perfil do empreendedor (fatores do comportamento e atitudes que contribuem para o sucesso) pode variar de lugar para lugar.

Jacometti e Cruz (2007) refletem que além da influência do lugar, existem fatores críticos de formação empreendedora, tais como a constituição biológica, o ambiente familiar de formação e os valores internalizados pelo indivíduo. Já Dolabela (1999) pensa que não se pode afirmar se é possível ensinar alguém a ser empreendedor, a ter características empreendedoras determinantes do sucesso, mas sim que o indivíduo que possui condições para empreender (características pessoais) saberá aprender o que for necessário para criar, desenvolver e realizar sua visão. A preocupação em identificar o perfil empreendedor de sucesso é para avaliar o seu potencial em relação ao seu futuro trabalho.

No empreendedorismo, o ser é mais importante que o saber: este será consequência das características pessoais que determinam a metodologia de aprendizagem do candidato a empreendedor (Dolabela 1999, p. 71).

A inexistência de características pessoais que favoreçam o empreendedor seria um dos motivos pelos quais muitos indivíduos, mesmo tendo um treinamento para se tornar empreendedores, não conseguem transformar seu empreendimento num sucesso. A importância das características pessoais no sucesso de um empreendedor evidencia a necessidade de se entender quais são essas características.

De acordo com Houaiss (2001), um perfil “é a descrição de uma pessoa em traços que ressaltam suas características básicas”. Já as características “são os traços, propriedade ou qualidade distintiva fundamental”.

Dolabela (1999, p. 71-72) lista algumas características do empreendedor:

- Tem um modelo, uma pessoa que o influencia;
- Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização;
- Trabalha sozinho. O processo visionário é individual;

- Tem perseverança e tenacidade para vencer obstáculos;
- É capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e concentra esforços para alcançar resultados;
- Sabe fixar metas e alcançá-las, luta contra padrões impostos, diferencia-se;
- Tem forte intuição, capacidade de descobrir nichos;
- Tem sempre alto comprometimento, crê no que faz;
- Cria situações para obter feedback sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para seu aprimoramento. Com isso, considera o fracasso um resultado como outro qualquer, pois aprende com os próprios erros;
- Sabe buscar, utilizar e controlar recursos;
- É um sonhador realista, é racional, mas usa também a parte direita do cérebro;
- Cria um sistema próprio de relações com empregados. É comparado a um “líder de banda”, que dá liberdade a todos os músicos, mas consegue transformar o conjunto em algo harmônico, seguindo um objetivo;
- É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo;
- Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho;
- Tece “redes de relações” (contatos, amizades) moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar seus objetivos. Considera a rede de relações internas (com sócios, colaboradores) mais importante que a externa;
- Conhece muito bem o ramo em que atua;
- Cultiva a imaginação e aprende a definir visões;
- Traduz seus pensamentos em ações;
- Define o que aprender (a partir do não-definido) para realizar suas visões. É pró-ativo, define o que quer e onde quer chegar, depois busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo;
- Cria um método próprio de aprendizagem, aprende a partir do que faz. Emoção e afeto são determinantes para explicar seu interesse, aprende indefinidamente;

- Tem alto grau de internalidade, que significa a capacidade de influenciar as pessoas com as quais lida e a crença de que conseguirá provocar mudanças nos sistemas em que atua;
- Assume riscos moderados, gosta de risco, mas faz tudo para minimizá-lo. É inovador e criativo (inovação é relacionada ao produto, é diferente de invenção que pode não dar consequência a um produto);
- Tem alta tolerância à ambigüidade e à incerteza;
- Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócio.

Já Ramos e Escrivão Filho (2000) expõem o estereótipo do homem de negócio, relacionando à figura do empreendedor como alguém:

- Com uma enorme necessidade de realização, uma disposição para assumir riscos moderados e uma forte autoconfiança;
- Que faz as coisas acontecerem e consegue resultados. Ele transforma idéias novas, ou inovadoras, em operações comerciais reais;
- Que inicia, ou desenvolve um negócio arriscando-se a perder o capital nele aplicado;
- Que persegue o benefício, trabalha em modo individual e coletivamente;
- Que inova, identifica e cria oportunidades de negócio.

Segundo Ramos e Escrivão Filho (2000), o empreendedor de sucesso se relaciona com as pessoas de uma maneira especial. Ele possui uma posição adequada para cada situação, tem energia e deve ser capaz de contagiar todo mundo a seu redor.

As características necessárias envolvem, segundo Tupanangyr (1996) *apud* Ramos e Escrivão Filho (2000), autoconfiança, poder de decisão, capacidade analítica, agressividade para atingir objetivos, o todo orientado para

as pessoas. Esses atributos devem estar em perfeita harmonia em todos os tipos de empreendedores, caso contrário o empreendedor não terá sucesso.

Ramos e Escrivão Filho (2000), em uma pesquisa sobre o perfil empreendedor na indústria de São Paulo, conseguiram classificar em três categorias as variáveis consideradas responsáveis pelo sucesso de um empreendedor: necessidades pessoais, relacionamento interpessoal, habilidades e conhecimentos. Os autores subdividiram a última categoria em fatores de negócios, gerenciais e técnicos. Enfatizaram que as necessidades pessoais são aquelas consideradas necessárias para a existência, a força motivadora para a realização pessoal. O indivíduo possui desejos de ter êxito e o sucesso é medido em relação ao padrão pessoal de excelência. Tais necessidades humanas podem ser dispostas em uma hierarquia de importância e quando uma necessidade é suprida automaticamente surge outra em seu lugar, conforme a Teoria da Motivação Humana desenvolvida por Maslow (CHIAVENATO, 2003).

Para Marchesnay (1994), as características dos indivíduos podem ser definidas através do que o autor chamou de PIC e de CAP:

- *PIC (Perenidade, Independência, Crescimento):* pessoas preocupadas com a perenidade da empresa, perenidade que passa pela independência financeira e um crescimento limitado às situações seguras, sem risco para a sobrevivência da empresa;
- *CAP (Crescimento, Autonomia, Perenidade):* empreendedores interessados no crescimento, muitas vezes através de endividamento, com a conservação de uma autonomia de decisão. A permanência na atividade é realizada apenas no caso de benefícios elevados.

Segundo Ramos e Escrivão Filho (2000), as habilidades e conhecimentos são as facilidades para utilizar as capacidades físicas intelectuais, requisitos e qualidades necessários para produzir certo produto/serviço, e pela capacidade de proporcionar um clima organizacional favorável a participação. O conhecimento está relacionado com o domínio preciso de técnicas, experiências, tino, prática. Já a habilidade do empreendedor de sucesso está ligada à identificação de novas oportunidades, valoração de oportunidades e pensamento

criativo, comunicação persuasiva, negociação, aquisição de informações, resolução de problemas.

As habilidades e conhecimentos foram subdivididos entre as habilidades ligadas a negócios, gerenciais e técnicas:

- *Negócios*: atenção voltada para as necessidades do cliente e a sua satisfação, através do conhecimento dos diferentes elementos da estratégia comercial.
- *Gerenciais*: visão administrativa orientada na busca da melhor maneira de tomar decisões gerenciais no sentido de garantir a consecução de objetivos, desenvolver pessoas e grupos, assegurar sempre boa qualidade nos produtos/serviços através da organização do material necessário para a realização de suas atribuições diárias, verificando, com antecedência a reposição dos mesmos.
- *Técnicas*: noção dos processos industriais existentes, contribuir efetivamente na identificação de alternativas viáveis para aumentar a produtividade e manter um alto nível de qualidade pessoal e profissional.

Ramos e Escrivão Filho (2000) definiram que o relacionamento interpessoal trata da capacidade de buscar um convívio harmonioso em seu ambiente de trabalho, saber relacionar-se com clientes e fornecedores em conduta pessoal positiva, possibilitando um trabalho onde a maioria das pessoas sinta prazer e disposição para vestir a camisa da empresa.

Os diferentes aspectos abordados por Ramos e Escrivão Filho (2000) sobre o perfil do empreendedor são resumidos na Tabela 1 apresentada a seguir:

Tabela 1 – Variáveis e fatores do perfil empreendedor

VARIÁVEIS	FATORES
1 – NECESSIDADES PESSOAIS	1 – Atualização; 2 – Busca novos desafios; 3 – Pioneirismo.
HABILIDADES E CONHECIMENTOS	2 – Negócios 4 – Perseverança; 5 – Sensibilidade empresarial; 6 – visão ampliada do negócio.
	3 – Gerenciais 7 – Autodisciplina; 8 – Bom senso; 9 – Capacidade de Adaptação.
	4 – Técnicos 10 – Identificação com o Trabalho; 11 – Talento.
5 – RELACIONAMENTO INTERPESSOAL	12 – Administração participativa; 13 – Integridade; 14 – Liderança.

Fonte: Ramos e Escrivão Filho (2000).

A abordagem de Ramos e Escrivão Filho (2000) destacou que a redução de conflitos, o comprometimento, a lealdade e o bom uso das habilidades no relacionamento interpessoal são características marcantes nos empreendedores. Os autores consideram que a nova economia exige do empreendedor uma visão global, curiosidade constante, transformação contínua, conhecimento de idiomas, boas relações com informática e internet e coragem de correr risco. Os autores indicam que o pequeno empreendedor de sucesso junta habilidades e competências em negócios, conhecimento de como fazer e poder em mobilizar pessoas. Portanto, o sucesso está relacionado com a aptidão do dirigente que, baseado em Ramos e Escrivão Filho (2000), está intimamente relacionado como a habilidade ou capacidade do exercício de um trabalho. Essa habilidade é influenciada pelas habilidades e conhecimentos técnicos, relacionamento interpessoal, além das necessidades pessoais.

Para Mota; Santos e Silva (2004), a pesquisa para identificar o perfil das mulheres empreendedoras resultou nas características a seguir:

- *Necessidades*: Independência, Desenvolvimento pessoal, Segurança, Auto-realização, Correr risco calculado.
- *Conhecimento*: Aspectos relacionados com negócio; Experiência na área comercial; Experiência em empresas; Formação complementar; Vivência em situações novas.

- *Habilidades*: Identificação de novas oportunidades; Valoração de oportunidades e pensamento criativo.

Trevisan (1999) selecionou quatro perfis que considera mais relevantes ao empreendedorismo: *atitude voltada para riscos, comprometimento e determinação, orientação para longo prazo e independência*.

- *Atitude voltada para riscos*: altos níveis de risco, altas taxas de mudança e uma turbulência geral do ambiente de negócios podem ser considerados quase como dons. Um empreendedor de sucesso deve ser capaz de tolerar risco e incerteza e ser capaz de correr riscos calculados. A atitude voltada para riscos é a disposição para encarar possibilidades de perda, falha e perigo, a aptidão para iniciar uma nova atividade sem saber os resultados.
- *Comprometimento e determinação*: requer comprometimento total para as aventuras empresariais. Comprometimento e determinação ajudam os empreendedores a sobrepujar obstáculos e são determinantes nos períodos de dificuldade que poderiam, em caso contrário, levar ao fim da empresa.
- *Orientação para longo prazo*: capacidade de ver o conjunto de suas próprias ações dentro de um quadro a longo prazo e capacidade de planejamento.
- *Independência e liderança*: os empreendedores devem ser líderes, capazes de implantar sua visão naqueles que trabalham com eles e motivá-los a aspirar um objetivo a longo prazo. Empreendedores de sucesso têm a capacidade de exercer influência naqueles que estão ao seu redor. Um pré-requisito para isso é a habilidade de pensar e agir autonomamente, para ser auto-confiante, a convicção que cada pessoa pode guiar o seu próprio destino.

A ONU (Organização das Nações Unidas) adotou dez características de empreendedores de sucesso que são utilizados em treinamentos em mais de quarenta países desenvolvidos e em desenvolvimento. No Brasil estas características são adotadas nos Programa para Empresários e Futuros

Empreendedores – EMPRETEC, executado pelo SEBRAE em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD e a Agência Brasileira de Cooperação – ABC, do Ministério das Relações Exteriores – MRE, conforme descrevem Marcarini; Silveira e Hoeltgebaum (2003, p. 15-17):

- *Busca de oportunidades e iniciativa*: capacidade de se antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócios; desenvolver novos produtos e serviços; propor soluções inovadoras e criativas; ter necessidade de realização;
- *Persistência*: enfrentar os obstáculos decididamente, buscando o sucesso a todo custo, mantendo ou mudando as estratégias de acordo com as situações; considerar o fracasso como sinônimo de desafio e de aprendizagem, procurando enxergar o lado positivo das adversidades;
- *Correr riscos calculados*: disposição de assumir desafios ou riscos moderados e responder pessoalmente por eles; ousar na execução de um empreendimento novo;
- *Exigência de qualidade e eficiência*: decisão de fazer sempre mais e melhor, ousando satisfazer ou superar as expectativas de prazos e padrões de qualidade; ter visão de futuro;
- *Comprometimento*: fazer sacrifício pessoal ou despender esforço extraordinário para completar uma tarefa; colaborar com os subordinados e até mesmo assumir o lugar deles para terminar um trabalho; esmerar-se para manter os clientes satisfeitos e colocar a boa vontade a longo prazo acima do lucro a curto prazo; crer no que faz;
- *Busca de Informações*: buscar pessoalmente obter informações sobre clientes, fornecedores ou concorrentes, investigar pessoalmente como fabricar um produto ou prestar um serviço; consultar especialistas para obter assessoria técnica ou comercial; aprender indefinidamente, conhecer o ramo em que atua; criar situações para obter *feedback* sobre seu comportamento e saber utilizar tais informações para o aprimoramento próprio;

- *Estabelecimento de metas*: assumir metas e objetivos que representam desafios e tenham significado pessoal; definir com clareza e objetividade as metas de longo prazo; estabelecer metas de curto prazo mensuráveis, ser orientado para resultados, para o futuro; lutar contra padrões impostos;
- *Planejamento e monitoramento sistemáticos*: planejar, dividindo tarefas de grande porte em sub-tarefas com prazos definidos; revisar constantemente seus planos, considerando resultados obtidos e mudanças circunstanciais; manter registros financeiros e os utilizar para tomar decisões, ter aversão ao rotineiro;
- *Persuasão e rede de contatos*: utilizar estratégias para influenciar ou persuadir os outros. Utilizar pessoas-chave como agentes para atingir seus objetivos; atuar para desenvolver e manter relações comerciais; mostrar aos outros que todos podem ganhar com suas idéias; formar equipes de trabalho; ser líder determinado e eficaz;
- *Independência e autoconfiança*: buscar autonomia em relação a normas e procedimentos; manter seus pontos de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores; expressar confiança na sua própria capacidade de complementar uma tarefa difícil ou de enfrentar desafios; ser otimista; acreditar muito em suas idéias e saber que é capaz de colocá-las em prática; ser intuitivo e analítico.

Sabe-se que ainda não é possível determinar com certeza se uma pessoa será ou não bem-sucedida como empreendedora, mesmo que tenha características encontradas nos empreendedores de sucesso. Porém, sem tais características dificilmente uma pessoa teria êxito (Dolabela, 1999). O autor acredita que as características necessárias para um empreendedor podem variar em função da etapa de crescimento da empresa ou com as atividades executadas em uma dada época.

Após identificar os diversos perfis dos empreendedores foi elaborada uma tabela (Anexo) com os perfis empreendedores para servir de base para relacionar o empreendedor com o desenvolvimento local, demonstrando a

importância deste indivíduo no desenvolvimento de pequenos empreendimentos e comunidades.

Nessa tabela são apresentadas variáveis para identificação do perfil empreendedor, classificadas em: a) técnicas, b) gerenciais, ambas possíveis de serem aprendidas por se tratarem de técnicas empresariais e c) pessoais, que não podem ser aprendidas. É possível considerar que o indivíduo que tiver as três categorias bem desenvolvidas terá muito mais chances de ser um empreendedor de sucesso. Porém, a ênfase principal da pesquisa é dada para as características pessoais, pela impossibilidade de serem ensinadas.

3.3 Papel do Empreendedor no Desenvolvimento Local

Nesta seção é demonstrada a relevância dos pequenos empreendimentos para o desenvolvimento e de que forma o empreendedor pode contribuir com o desenvolvimento local.

3.3.1 Contribuição dos pequenos empreendimentos

Os pequenos empreendimentos, diretamente integrados nas pequenas Comunidades, são de fundamental importância para o desenvolvimento local. Sabe-se que é impossível o governo acabar sozinho com o desemprego e a miséria, o que permite valorizar os atores - dentre eles as micro e pequenas empresas - que podem contribuir com o desenvolvimento de uma comunidade. Essas empresas contribuem através da geração de emprego e renda, do incentivo a inovação e da capacitação profissional.

Chiavenato (2003) reforça esta idéia expondo que na década de setenta o grande acontecimento foi a crise do modelo fordista de produção em série e a mudança tecnológica traduzida pela difusão da microeletrônica. Surgiu então a reestruturação das organizações, principalmente no tocante a produção, com a diversificação da linha de produtos e a fabricação em pequenos lotes. Com isso, houve alteração nas relações entre organizações, o surgimento de novos ramos industriais, novas qualificações, aparição de novos empreendedores e alteração no perfil da demanda.

Segundo Dolabela (1999) e Gomes (2005), até o fim dos anos setenta o Estado e as grandes empresas eram considerados os únicos suportes econômicos relevantes da sociedade. Nos anos oitenta, este panorama mudou em razão do crescente endividamento dos governos, do aumento da concorrência nos mercados e da mundialização, com a utilização intensiva de tecnologia nos processos produtivos. Como consequência, os governos buscaram diminuir seus déficits através de cortes e redimensionamento de seus quadros de pessoal e as grandes empresas passaram a produzir mais com menos empregados.

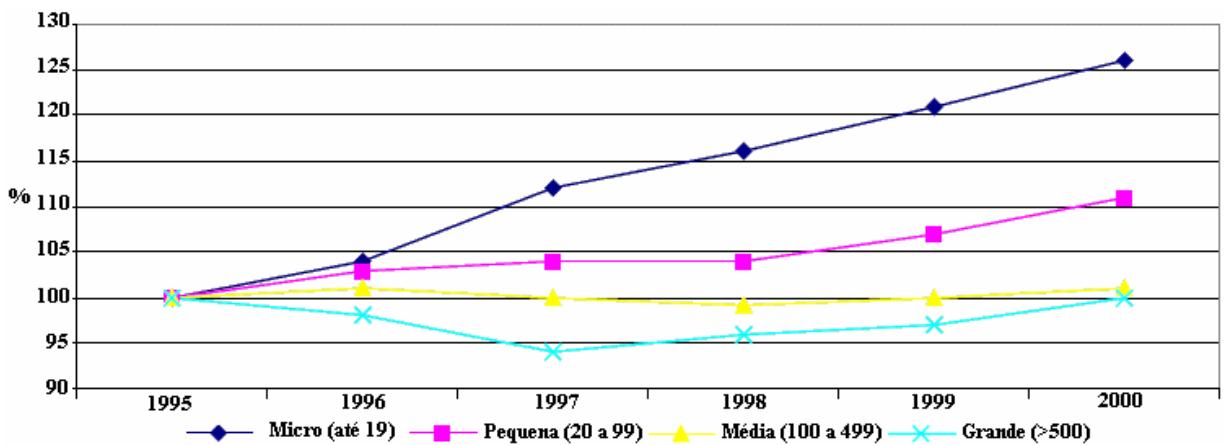
Para Moryama e Escrivão Filho (2000), a década de noventa foi uma época de revalorização da pequena empresa, devido à substituição do trabalho braçal por máquinas. Pouco antes desta época, aconteceram grandes avanços na medicina, no transporte, nas comunicações, no entretenimento, no trabalho e em muitas outras áreas, gerando um entusiasmo elevado. Neste período, o mundo estava dominado pelo desejo de conseguir o maior e melhor. No Brasil investiu-se na Usina de Itaipu, Transamazônica, Ponte Rio-Niterói entre outros. Segundo os autores, esse entusiasmo trouxe problemas graves como a poluição, a escassez de água potável, o desemprego e a exclusão social. Neste panorama, surgiram as PMEs (Pequenas e Médias Empresas), as únicas a criar emprego.

Para Dolabela (1999), uma das características das PMEs é a dependência delas em relação a comunidade local. A disponibilização de um ambiente favorável ao empreendedorismo, a vontade comunitária de implementação de uma rede de negócios, a existência de instituições de apoio, de facilidades para obtenção de financiamentos, entre outros, podem constituir fatores importantes de aceleração do desenvolvimento.

Marco (2003) afirma que as pequenas empresas vêm crescendo nas duas últimas décadas e se tornaram um dos principais alvos das políticas voltadas para o crescimento e a geração de empregos nos países em desenvolvimento. A idolatria do gigantismo na atividade econômica perdeu espaço para uma visão de que, do ponto de vista sócio-econômico, as pequenas e médias empresas tendem a ser mais eficazes para grande parte das atividades (MATTAR, 1988, apud BENZE; CÊRA e ESCRIVÃO FILHO, 2003).

Marco (2003) indica que de acordo com IBGE (2001), existem cerca de 3,5 milhões de empresas, sendo 98% delas de micro e pequeno porte, empregando 35 milhões de pessoas, o que significa 59% do total de pessoas ocupadas formalmente. O autor inclui no cálculo as pessoas que trabalham por conta própria, que possuem negócio próprio, mas sem empregados. Segundo o autor, de acordo com o SEBRAE, as micro e pequenas empresas respondem por apenas 20% do PIB, por se encontrarem nos setores de comércio e de serviços pessoais que possuem baixa agregação de valor e por terem índices de produtividade bem menores do que as grandes empresas. Além disso, essas empresas são mais vulneráveis em relação a fatores financeiros (capital inicial próprio insuficiente, capacidade de autofinanciamento limitada, baixa rentabilidade financeira, pequena capacidade de geração de recursos, receitas irregulares, crise de liquidez, dificuldade de capitalização e de acesso a financiamento) e organizacionais (dificuldade de avaliação da demanda e do mercado potencial, falta de experiência para organizar a produção, falta de credibilidade do empresário, dificuldade em comunicar ou distribuir as tarefas, dificuldade em encontrar funcionários com as qualificações necessárias ou perda de funcionários importantes, impacto de eventos conjunturais negativos, como crise cambial ou setorial e falta de experiência para a comercialização).

Apesar dessas dificuldades, Bilessimo (2002) afirma que foram constituídas no Brasil 4,9 milhões de empresas na década de noventa, das quais 2,7 milhões podem ser classificadas como micro e pequenas. O crescimento foi acentuado também com relação ao emprego, conforme apresentado na Figura 1.



Fonte: BNDES (2002) *apud* MARCO (2003).

Figura 1 – Evolução do número de empregos por tamanho de estabelecimento, entre 1995 e 2000, base 100 em 1995.

A Figura 1 indica o crescimento expressivo do emprego nas empresas de menor porte. A partir de 1997 houve uma recuperação do nível de emprego nas empresas de grande porte, que em 2000 retornou ao patamar de 1995, mesmo assim com crescimento médio bem atrás do resultado das empresas de menor porte. Segundo Marco (2003), as grandes empresas contrataram 29.652 pessoas a mais do que demitiram entre 1995 e 2000, enquanto que nas empresas com até 19 empregados o saldo foi de mais de um milhão e quatrocentos mil postos.

Apesar do grande crescimento das micro, pequenas e médias empresas, a taxa de mortalidade desses empreendimentos nos primeiros anos de funcionamento é maior que nos estabelecimentos de grande porte (Tabela 2).

Tabela 2 – Percentagem de mortalidade das empresas nascidas em 1996, nos primeiros anos de funcionamento.

Porte	Mortalidade (%)		
	1º ano	2 primeiros anos	3 primeiros anos
Micros	18,3	36,1	48,2
Pequenas	8,6	22,1	32,7
Médias	7,5	19,6	31
Grandes	3,3	10,4	15,3

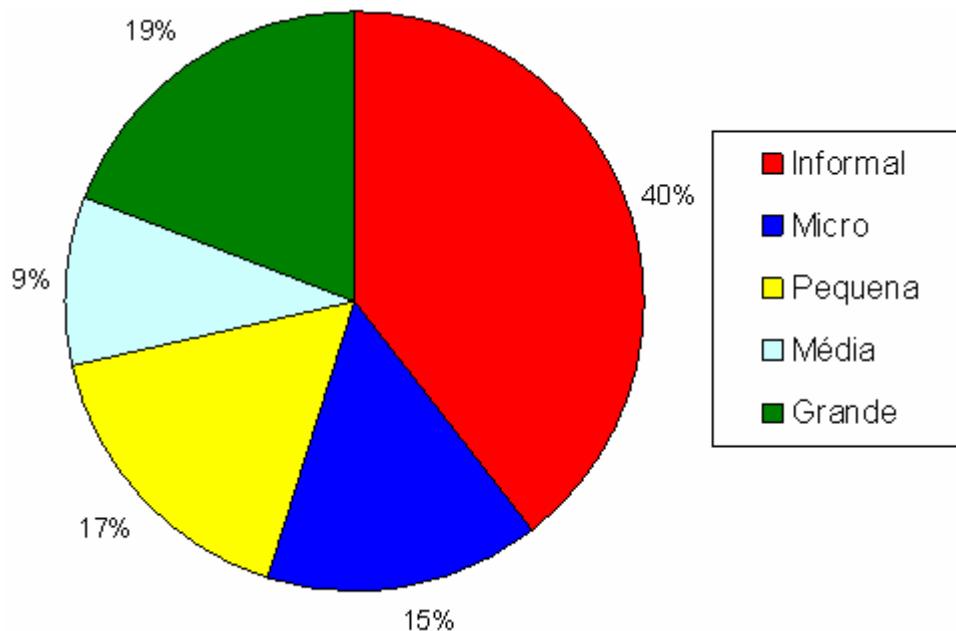
Fonte: BNDES (2001) *apud* MARCO (2003, p. 20)

De acordo com Marco (2003), entre os principais problemas das micro e pequenas empresas com relação à mortalidade nos primeiros anos de funcionamento, estão a baixa produtividade, baixo poder financeiro, baixa qualidade e a falta da figura de um empreendedor para alavancar o negócio.

Os dados mais recentes disponibilizados pelo SEBRAE (2005), referente ao Boletim Estatístico das Micro e Pequenas Empresas, revelam que no Brasil o número de microempresas formais, entre 1996 e 2002, passou de 2.956.749 para 4.605.607. Essas empresas aumentaram sua participação no total das empresas, passando de 93,2 para 93,6%. O número total de pessoas ocupadas nas microempresas passou de 6.878.964 para 9.967.201, elevando sua participação de 31,8% para 36,2% do total dos empregos. Em paralelo, a participação na massa total dos salários passou de 7,3% em 1996, para 10,3% em 2002, indicando, apesar do crescimento, uma remuneração inferior nas micro empresas em relação as outras empresas.

No caso das pequenas empresas formais, o número de empresas em atividade passou de 181.115 para 274.009 entre 1996 e 2000. O total de pessoas empregadas nessas empresas passou de 4.054.635 para 5.789.875, o que representa um crescimento na percentagem de pessoas ocupadas no total da economia de 18,8% para 21,0%. As pequenas empresas aumentaram sua participação na massa de salários e rendimentos de 12,8 para 15,7% em 2002, o que indica também níveis salariais inferiores aos das médias e grandes empresas.

Os dados da importância das micro e pequenas empresas levantados anteriormente não identificam a importância real desse tipo de empresas na economia brasileira, pois não contemplam as empresas informais, constituídas na totalidade de empresas de micro e pequeno portes. Com o objetivo de deixar mais claro o reflexo das empresas informais na economia brasileira, a Figura 2 indica as pessoas empregadas em empresas formais e informais no ano de 2003, baseado no Boletim Estatístico de Micro e Pequenas Empresas do SEBRAE (2005).



Fonte: Sebrae (2005).

Figura 2 – Pessoas empregadas em empresas formais e informais em 2003.

Os dados apresentados na Figura 2 em relação às pessoas empregadas em empresas formais são baseados em informações coletadas pela RAIS e pelo IBGE. As informações relativas às empresas informais são baseadas no relatório ECINF (Economia Informal Urbana). Todas as informações são referentes ao exercício de 2003 e disponíveis em SEBRAE (2005).

Pode-se observar que o reflexo das empresas informais na economia brasileira é grande, pois representam 40% das pessoas ocupadas, o que corresponde a 13.860.868 pessoas. As grandes empresas correspondem a 19%, com 6.774.493 pessoas empregadas, as pequenas possuem 17%, com 5.908.209 pessoas empregadas, seguidas das micro com 15% e 5.393.106 empregos e finalmente as médias com 9%, num total de 3.268.521 pessoas empregadas.

Terence (2001) *apud* Benze, Cêra e Escrivão Filho (2003) aponta que a importância das pequenas e médias empresas é reforçada pelo papel que possuem na promoção social, na base da estabilidade política e na força propulsora do desenvolvimento, dada sua capacidade de gerar empregos e incorporar tecnologia.

Segundo Gomes (2005), o empreendedorismo tem sido considerado uma importante prática para o desenvolvimento de alguns países, motivo pelo qual vem sendo discutido com maior intensidade ultimamente.

3.3.2 Empreendedor como agente de desenvolvimento

Segundo Houaiss (2001), o agente de desenvolvimento opera, agencia e age. É aquele que trata de negócios por conta alheia e é autor, causador, promotor; motor propulsor e impulsor. Diante desta definição pode-se afirmar que o agente de desenvolvimento é aquele que age, ou aquele que está agindo, ou ainda, aquele que está em ação. Nóvoa (1992) *apud* Ávila (2000, p. 65) reflete sobre a função e importância da figura do agente no contexto do desenvolvimento local:

(...) para que a mobilização dos recursos e potencialidades locais seja efetiva, levando à promoção de atividades criadoras de empregos, importa dotar as comunidades locais ou as regiões com meios de apoio institucional (público ou privado) ao desenvolvimento. Os agentes de desenvolvimento constituem um dos meios ao dispor das coletividades tanto mais eficazes quanto mais consistente e específica for a sua formação para o desenvolvimento.

Cabe a esse agente a função de agir simultaneamente ao agenciado, pois ele não faz somente a intermediação entre pessoas, respeitando-se as individualidades e coletividades, mas deve agir com a finalidade, a função e o compromisso de fazer com que a comunidade desenvolva suas capacidades, competências e habilidades de desenvolvimento.

A capacidade empreendedora pode fazer com que o indivíduo contribua para a comunidade alcançar a sustentabilidade desejada (ser ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente aceito), pois ele tem percepção da sua realidade e de tudo o que existe ao seu redor, diferentemente daquele que vem de fora, tentando definir as necessidades da comunidade.

O empreendedorismo contribui com o desenvolvimento da comunidade, pois é tarefa do empreendedor transformar a sua comunidade por meio de sua participação ativa, conforme afirma Dolabela (1999). As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedores capazes

de aproveitá-las e que, através de sua liderança, capacidade e perfil, iniciem e coordenem o processo de desenvolvimento.

Dolabela (1999) afirma que o desenvolvimento econômico é provavelmente função do grau de empreendedorismo de uma comunidade. Segundo o autor, o empreendedor aloca valores para indivíduos e para a sociedade, através de sua liderança, capacidade e de seu perfil, o que contribui com a inovação tecnológica e o crescimento econômico.

Segundo Ávila (2000), o desenvolvimento local se efetivará somente no âmbito da própria comunidade, porque é ela que deve assumir progressivamente os rumos, as rédeas, os compromissos e as responsabilidades referentes ao desenvolvimento de toda a localidade, sendo ajudada pelos agentes de desenvolvimento. Dolabela (1999) corrobora com a afirmação de Ávila, complementando com a importância do papel do empreendedor, que deve se encontrar disseminado entre os principais atores e nas PME locais, como fontes de geração de emprego.

É importante os valores do empreendedorismo serem difundidos entre os atores centrais da comunidade local, para que as PMEs não ocupem apenas uma função de segunda categoria no processo de desenvolvimento econômico, mas assumam uma posição privilegiada. Levando-se em consideração que o desenvolvimento local não pode ser um processo mecânico, mas orgânico, deve haver diálogo entre todos os atores (locais e externos) visando a sensibilização, mobilização e participação, criando uma sinergia que contribua para este desenvolvimento.

Terence (2002) *apud* Benze; Cêra e Escrivão Filho (2003) enfatiza a relevância das pequenas e médias empresas como fatores de promoção social, base da estabilidade política e força propulsora do desenvolvimento. O autor identifica a capacidade de gerar empregos e incorporar tecnologia dessas empresas como o principal fator explicativo.

A importância do empreendedor como agente de desenvolvimento local explica a escolha da pesquisa em caracterizar o perfil deste empreendedor. Essa caracterização permitirá verificar a existência de empreendedores numa comunidade e facilitará os trabalhos de formação e treinamento.

IV. CARACTERÍSTICAS DE IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR

Esse capítulo apresenta as variáveis mais relevantes para identificar o perfil empreendedor, variáveis selecionadas a partir da revisão bibliográfica e que consideram o interesse para o desenvolvimento local. Em seguida é exposta a análise de quatro estudos de casos objetivando verificar se os empreendedores de sucesso avaliados possuem as variáveis selecionadas a partir da bibliografia.

4.1 Características Baseadas na Bibliografia

O Anexo resume as variáveis levantadas na revisão bibliográfica e que caracterizam o perfil empreendedor. Como comentado anteriormente, a ênfase da pesquisa é dada às características pessoais que são parte integrante de cada indivíduo. Essas características são consideradas como fatores limitantes ao desenvolvimento de um perfil empreendedor, pois não se podem transmitir através de treinamentos.

Baseado no levantamento realizado é possível identificar oito características pessoais de grande importância para a identificação de pessoas com perfil empreendedor.

1. ASSUMIR RISCOS – A noção de risco é tratada por Dornelas (2001), que defende que o empreendedor deve se arriscar para alcançar o sucesso. Dolabela (1999), Jacometti e Cruz (2002), Longenecker et al. (1997), Marcarini; Silveira e Hoeltgebaum (2003), Mota; Santos e Silva (2004), Ramos e Escrivão Filho (2000), SEBRAE (2007) e Trevisan (1999) defendem o risco ‘calculado’, enfatizando que o empreendedor deve arriscar, mas após avaliar a situação com agilidade para não colocar tudo a perder, ou ainda para superar seus concorrentes.

2. AUTOCONFIANÇA – Essa característica é levantada por Dolabela (1999), Jacometti e Cruz (2002), Longenecker et al. (1997), Marcarini; Silveira e Hoeltgebaum (2003) e Ramos e Escrivão Filho (2000). Esses autores acreditam que a autoconfiança faz com que o empreendedor tenha força de lutar contra as adversidades e que deve confiar primeiro em si para poder persuadir as outras pessoas.

3. BUSCA DE AUTO-REALIZAÇÃO – Esta variável é discutida por Dolabela (1999), Mota; Santos e Silva (2004), Longenecker (1997) e Ramos e Escrivão Filho (2000) e é considerada um motivador para o empreendedor buscar o sucesso. Dornelas (2001) afirma que o empreendedor busca reconhecimento e admiração e não se contenta em ser mais um na multidão. Esta variável é difícil de ser detectada e difere de indivíduo para indivíduo, conforme prevê a hierarquia das necessidades de Maslow. Quando uma necessidade é suprida surge outra no seu lugar e o que pode ser uma auto-realização para um indivíduo pode não ser para outro. Para um empreendedor a auto-realização pode ser a independência financeira, enquanto para outro pode ser o reconhecimento pessoal.

4. COMPROMETIMENTO – Jacometti e Cruz (2002), Marcarini; Silveira e Hoeltbegaum (2003), Ramos e Escrivão Filho (2000), Sebrae-MS (2007) e Trevisan (1999) refletem sobre o comprometimento, onde o empreendedor deve cumprir com sua palavra e ser capaz de fazer sacrifícios pessoais para atingir uma meta.

5. CRIATIVIDADE – Citada por Dolabela (1999) e Gomes (2005), esta variável indica que a pessoa criativa tem imaginação aguçada, possui inteligência para criar, ser pioneira, inventar, produzir algo original e inovar.

6. PERSISTÊNCIA – Dolabela (1999), Dornelas (2001), Jacometti e Cruz (2002), Marcarini; Silveira e Hoeltgebaum (2003), Ramos e Escrivão Filho (2000) afirmam que o empreendedor não pode desanimar diante das primeiras dificuldades que aparecerem. Ele deve aprender com seus erros para prosperar na próxima tentativa.

7. PERSUASIVIDADE – Segundo Jacometti e Cruz (2002), Marcarini; Silveira e Hoeltgebaum (2003) e Ramos e Escrivão Filho (2000), esta variável permite que o empreendedor influencie sua rede de contatos, de modo que esta faça aquilo que ele julga como melhor alternativa.

8. VISÃO – Para Dolabela (1999) e Dornelas (2001) esta variável é importante por permite ao empreendedor prever resultados, antecipar-se aos fatos e criar novas oportunidades de negócio, avaliando a melhor estratégia para otimizar a situação da empresa. Se trata da capacidade de visualizar o conjunto de suas próprias ações, tendo a iniciativa de coloca-las em prática, conforme defendem Jacometti e Cruz (2002), Marcarini; Silveira e Hoeltgebaum (2003), Ramos e Escrivão Filho (2000) e Sebrae-MS (2007).

Essas oito variáveis retiradas da literatura são aquelas julgadas como mais importantes para identificar pessoas com potencial real de se tornar empreendedores e participar do desenvolvimento de suas comunidades.

4.2 Características Baseadas em Estudos de Casos

Esta seção analisa quatro casos de empreendedores de sucesso, buscando identificar a presença das características selecionadas no referencial teórico. Essa análise permite verificar a importância das variáveis selecionadas no Capítulo anterior.

4.2.1 *Cremogema: Eudóximo Calmon* (DEGEN, 2005)

O empreendedor deste caso é o Sr. Eudóxio Calmon, idealizador, criador, fundador, acionista majoritário, investidor e único diretor da SAN-CO Produtos Alimentícios S/A e responsável pelo sucesso do Cremogema (farinha alimentícia para adultos e crianças).

Considerado muito centralizador, durante três décadas a companhia foi dirigida e administrada por ele. O empreendedor era o responsável direto pelo

gerenciamento desde a produção até as vendas, da contabilidade ao departamento pessoal, do financeiro ao marketing. Ele sempre quis trabalhar por conta própria e teve experiências empreendedoras anteriores que não deram certo, caracterizando grande **persistência**. Teve a percepção de que não havia nenhum outro produto comparável ao Cremogema no mercado, **visão** que o levou ao sucesso.

No início ele próprio produzia e comercializava o Cremogema aos armazéns e mercearias da cidade, sempre acreditando que o empreendimento teria boas possibilidades de êxito, evidenciando grande **autoconfiança**. Desta forma, aumentou gradativamente a produção e mão-de-obra empregada, sendo que sua equipe técnica (produção) era bem preparada, motivada e fiel às suas diretrizes.

O empreendedor trabalhava com os pés na terra, sem fantasias e ilusões. Tentava viver com o máximo de realismo possível, ser cuidadoso e rápido nas tomadas de decisões, assumindo **riscos calculados**.

O Sr. Calmon procurou sempre ser independente de fontes externas de tecnologia, preferiu crescer menos, com estrutura enxuta e avaliando de que maneira deveria aplicar os recursos financeiros. Desta forma, a taxa de crescimento da empresa girou em torno de 29% a.a. (crescimento real), operando com uma lucratividade de 10%.

Superou crises econômicas do país e investia cada centavo com critérios e objetivos definidos, demonstrando grande **comprometimento** com seu negócio. Desta forma, expandiu os negócios abrindo uma fábrica em Resende-RJ.

Dedicado e **criativo**, além da versão “tradicional” trabalhou pessoalmente no aperfeiçoamento do Cremogema e inovou com a versão “vitaminado”. Como sua **auto-realização** sempre foi ter negócio próprio, após vender a empresa SAN-CO (Cremogema) para Refinações de Milho Brasil (Maisena), criou uma indústria de fabricação de corantes naturais e uma empresa especializada em *design*.

A análise do empreendedor Calmon, da empresa SAN-CO, evidenciou sete das oito características selecionadas para identificar um perfil empreendedor, pois o poder de persuasão não apareceu claramente na análise.

4.2.2 DB – Brinquedos Ltda.: Adelino Pimentel Neto (DEGEN, 2005)

Adelino Pimentel Neto é um empreendedor que apresentou estratégia competitiva, expansão e diversificação no ramo de vendas de brinquedos. Sua formação curricular (graduação em Administração e pós-graduação em Marketing) o destinava mais a ser um emprego bem remunerado do que em iniciar seu próprio negócio, mas o empreendedorismo falou mais alto. Sua **auto-realização** era ganhar muito mais dinheiro em seu próprio empreendimento do que seria possível como empregado.

Antes da DB-Brinquedos se tornar um sucesso, foi gerente comercial de uma rede de lojas, corretor de valores e consultor de empresas. Iniciou, através da sociedade com a esposa, a irmã e o cunhado, com uma empresa que possuía características de uma loja de brinquedos clássica, mas com atendimento personalizado e pacotes sofisticados.

Apesar dos efeitos da crise do petróleo deflagradas em 73 e 79, Adelino tinha **autoconfiança** e comprou as outras cotas da sociedade, passando a deter o controle total da empresa. Diante desta crise, foi **criativo** e idealizou uma nova loja, surgindo o primeiro supermercado de brinquedos do país.

O foco dessa loja estava no cliente com limitação de poder aquisitivo. Para oferecer preços baixos, a estratégia foi reduzir custos através do auto-serviço (arranjo da loja semelhante ao de um supermercado) e das embalagens (compras colocadas em sacos plásticos). Mesmo assim, a clientela era diversificada, atingindo diversas classes econômicas. Essa estratégia mostrou a **visão** inovadora do empresário.

Os avós do empreendedor possuíam uma firma importadora de bebidas e produtos finos, onde assumir riscos sempre foi prática constante. Já Adelino, no começo da vida do seu empreendimento, assumiu **riscos** utilizando a

tática de vender até mesmo abaixo do preço de custo, comprando a prazo as mercadorias dos fabricantes e fazendo aplicações financeiras das entradas.

Para isto, teve que utilizar seu **poder de persuasão** para convencer os grandes fabricantes de brinquedos que sua idéia era confiável. Fez questão de manter contatos pessoalmente com os fornecedores e grandes clientes, além de manter relacionamento de natureza aberta com os funcionários.

A expansão da empresa foi fundamentada no reinvestimento do lucro em pontos estratégicos da cidade. Diversificou criando DB-Bicicletas e DB-Utilidades Domésticas, não insistiu por perceber que trariam prejuízos, mas foi **persistente** na idéia de diversificar. Aproveitou negócios que possuem sinergias entre si, criando a Super DB e DB-Bebê, por oferecerem artigos para a primeira infância e foi um sucesso.

A análise do empreendedor Adelino, da DB- Brinquedos, evidenciou que das oito características selecionadas para identificar um perfil empreendedor, ele possuía sete, estando ausente somente o **comprometimento**. Mesmo não identificada, esta característica parece fazer parte do caráter do empresário, que não hesitou em abandonar uma vida segura, como empregado, para ir atrás dos próprios negócios.

4.2.3 O empreendedor do século XX: Francesco Matarazzo (ISTOÉ, 1999)

Francesco Matarazzo não teve muito estudo, seu pai morreu quando tinha 18 anos e, sendo primogênito, abandonou os estudos para sustentar a família, concluindo apenas o ensino fundamental. Veio para o Brasil tentar a sorte em 1881, trazendo toneladas de banha de porco para iniciar um empreendimento, produto usado para conserva de alimentos. A embarcação afundou pouco antes de aportar no Brasil, mas ele foi **persistente** e não se deixou abater, procurando alternativas para abrir seu próprio negócio.

Como havia investido todo seu dinheiro na banha de porco, procurou um velho amigo e conterrâneo e fez um empréstimo para se manter. Meses depois, conseguiu outro empréstimo e abriu uma venda em Sorocaba-SP.

Afirmava que jamais procuraria ter um ‘patrão’, numa clara necessidade de **auto-realização**.

Trabalhava com diversificação e procurava sempre importar produtos que os clientes estivessem necessitando. Como a banha de porco era ingrediente de primeira necessidade para conservação de alimentos, assumiu o **risco** de iniciar a produção aqui no Brasil. Comprou quase todos os porcos da região de Sorocaba para baratear a produção e possibilitar a revenda da carne.

O seu **comprometimento** com os negócios era muito grande e por mais de 30 anos, foi o primeiro a chegar e o último a sair da fábrica, fazendo sacrifícios pessoais para que os negócios prosperassem. Era bastante rígido, tinha comportamento exemplar para com os funcionários e era austero com a família.

Era um homem de **visão**, quando faltou farinha de trigo no País pediu ajuda ao London and Brazilian Bank para construir um moinho em São Paulo. Sempre atento ao que o cliente necessitava, buscava diversificar o oferecimento de produtos, se mostrando muito **confiante** no sucesso de seus negócios.

Em 1920, Matarazzo ergueu o primeiro grande parque industrial do Brasil, na Água Branca, zona oeste de São Paulo. As IRFM (Indústrias Reunidas Francesco Matarazzo) produziam variados produtos tais como banha enlatada, açúcar, presunto cozido, amido de milho, arroz, água de colônia, tecidos, etc.

Nos anos 30, abriu filiais em Ponta Grossa (PR), João Pessoa (PB), Rio de Janeiro (RJ), Santos (SP) e Curitiba (PR) e a renda bruta do conglomerado era a 4^a maior do Brasil. Faturavam mais que Matarazzo apenas a União Federal, o Departamento Nacional do Café e o Estado de São Paulo.

Utilizando seu **poder de persuasão**, liderou empresários e fundou o Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (CIESP, atual FIESP), do qual foi o primeiro Presidente.

A análise de Francesco Matarazzo evidenciou que das oito características selecionadas para identificar um perfil empreendedor, ele possuía sete. Não foi encontrado nenhum aspecto que indicasse o caráter visionário do empresário, pois seu sucesso se deve muito mais a criatividade, com o lançamento de produtos de bases, sem grandes inovações.

4.2.4 Prata 1000 Indústria e Comércio Ltda.: Edison Morelis Coca (MARCONDES, 2003 e PRATA Mil, 2007)

Neste caso, o empreendedor em destaque é Edison Morelis Coca, que foi **visionário** e percebeu a existência de uma grande oportunidade de mercado. Criou a Colheitadeira de sementes de capim conquistando todo o Brasil e se tornando exportador deste produto e de outros equipamentos agropecuários.

Em 1984, o Sr. Coca trabalhava como técnico de turbinas de avião da VASP, em São Bernardo do Campo. Deveria ter participado de um curso de especialização pela empresa nos EUA, quando parentes dele pediram que verificasse se havia neste país uma máquina de colher sementes de capim.

A viagem foi cancelada, mas o empresário não esqueceu a idéia e se propôs a resolver o problema. Muito **autoconfiante**, deixou o emprego para dedicar-se ao invento. Como não conseguiu ninguém disposto a investir neste projeto, **arriscou** o dinheiro da rescisão recebida da empresa aérea para construir os primeiros protótipos.

Desde a idéia inicial até o modelo definitivo, foram 10 anos de testes e construção de 20 protótipos, indicando muita **persistência** do empresário e grande **comprometimento** com seu objetivo inicial. Neste período vendeu tudo que tinha, inclusive a casa, para realizar o invento.

Utilizando de sua **criatividade**, construiu a primeira máquina colheitadeira de sementes de capim. O empreendedor inovou a forma de colher sementes de capim, pois antes do invento as sementes eram colhidas através do sistema manual e a produção diária por pessoa era de 1,5 a 3 sacos de 18kg. Com o uso da Colheitadeira Prata1000, a produção diária por máquina passou para 300 a 500 sacos por dia, além de aumentar muito o grau de pureza, germinação e qualidade da semente.

Como havia gasto todo o dinheiro que tinha, ele teve que utilizar sua capacidade de **persuasão** para arrumar um sócio. Além da Colheitadeira, produziu Enleiradores, Ceifadeiras, Peneirões, Aeradores e Destruidora de Soqueira de Algodão. Possui representantes em São Paulo, Mato Grosso, Goiás e Tocantins, além de revendedores em todo o Brasil.

A **auto-realização** do empresário é a satisfação de ver a sua invenção no mercado. Assim, depois do sucesso da máquina de colher sementes e de outros inventos, o empreendedor saiu da sociedade Prata 1000 e fundou outra empresa, onde comercializa outras de suas invenções (informação pessoal do Sr. Coca, 2006).

A análise do empreendedor Edison Coca evidenciou que ele possuía todas as características selecionadas para identificar um perfil empreendedor. No entanto, o empresário teve dificuldades em convencer as pessoas que sua idéia era interessante e que conseguiria inventar a máquina. Ele conseguiu um investidor somente na fase final, quando a máquina já estava praticamente pronta. O comprometimento do Sr. Coca também se limita a suas invenções, pois saiu da empresa quando não conseguiu mais estímulo em seu domínio de criação.

4.3 Confronto da Bibliografia com os Estudos de Casos

As características selecionadas a partir do referencial teórico foram assumir riscos, autoconfiança, busca de auto-realização, comprometimento, criatividade, persistência, persuasividade e o aspecto visionário. De modo geral, essas características se mostraram de grande importância nos casos avaliados, mesmo se todas elas não foram identificadas em todos os exemplos avaliados. No referencial teórico, assumir riscos é a variável mais explorada e de maior relevância para o empreendedor e em todos os casos avaliados os empreendedores correram riscos.

A auto-confiança é também essencial para o empreendedor, como foi explorado pelos autores pesquisados. Esta variável é responsável pela força do empreendedor em fazer acontecer. A auto-confiança está presente em todos os empreendedores analisados, comprovando os resultados da literatura.

A auto-realização, apesar de ser colocada por vários autores como um motivador para o empreendedor buscar o sucesso, é uma variável difícil de ser detectada, por ser muito subjetiva. A auto-realização varia de indivíduo para indivíduo, da situação que ele está vivendo e quando aquela necessidade é atingida pode surgir outra no lugar. Cada caso indicou um tipo diferente de auto-

realização. Calmon e Matarazzo queriam trabalhar por conta própria, sem ter patrão, Adelino desejava ganhar mais dinheiro do que seria possível como empregado e Coca almeja ser reconhecido como grande inventor e ver suas máquinas no mercado.

Para o empreendimento prosperar, o empreendedor comprometido faz todo e qualquer sacrifício para conseguir atingir seu objetivo. Cumprir com o prometido é primordial, então, apesar de não ter sido explorado em um dos casos, o comprometimento tem papel importante para que o empreendimento prospere.

Ser criativo é explorado pelos autores como relevante para sair de situações difíceis ou para superar expectativas, além de ser ingrediente para inovar e inventar. A maioria dos casos apresentou esta variável de forma clara, sendo que apenas Matarazzo não possuía esta variável.

A persistência é uma das variáveis mais citada no referencial teórico e foi encontrada nos empreendedores pesquisados. Todos eles foram persistentes para poder conseguir alcançar o sucesso. Eles tiveram que enfrentar muitas dificuldades, mas não desistiram, se reergueram após as dificuldades e tentaram novamente.

A persuasão não é uma variável muito explorada na literatura, mas quando abordada é feita de forma enfática. Nos casos analisados essa variável foi claramente encontrada em dois deles. No caso do Sr. Coca, não ficou muito claro a importância dessa variável para o empresário.

O visionário não foi muito explorado pelos autores, porém, através dos casos, ficou claro que é uma das variáveis mais importantes para os empreendedores. Ela foi essencial para o sucesso de todos eles, que souberam explorar esta variável para se destacar no mercado.

V. CONCLUSÕES

Este capítulo analisa os resultados alcançados em resposta aos objetivos propostos. São também elaboradas sugestões de trabalhos complementares, uma vez que a abordagem levantada neste trabalho não esgota o tema estudado.

É fato comprovado pela GEM (1999) de que o empreendedorismo é o principal fator de desenvolvimento econômico. Neste contexto, a figura do empreendedor deve ser valorizada. Para isso, numa comunidade sem empreendedores aparentes, é muito importante conseguir identificar as pessoas que possuem o perfil adequado para concentrar os esforços de treinamento em empreendedorismo nesses indivíduos.

A contribuição dos pequenos empreendimentos para o desenvolvimento local é clara e expressiva, pois nos países em desenvolvimento e desenvolvidos os pequenos empreendimentos permitem uma grande geração de emprego e renda, além da melhoria da qualidade de vida da comunidade onde está inserida.

A pesquisa classificou as características empreendedoras em três grupos, pessoal, técnica e gerencial. Essa classificação permitiu diferenciar variáveis inatas, ou características pessoais de cada indivíduo, e variáveis que podem ser ensinadas, classificadas como características técnicas e gerenciais. Desta forma, é possível afirmar que uma vez identificadas as pessoas com características pessoais adequadas, é possível a realização de treinamentos para ensinar as características técnicas e gerenciais e facilitar o aparecimento de empreendedores de sucesso numa comunidade.

No entanto, para identificar pessoas com as características desejadas, é necessário primeiramente saber quais características são relevantes, objetivo da pesquisa apresentada.

Os empreendedores de sucesso avaliados possuem a maioria das características selecionadas nesta pesquisa, a saber assumir riscos, ser visionário, possuir autoconfiança, buscar sua auto-realização, ser comprometido com seus objetivos, persistente e criativo. O fato de ser persuasivo pode ser de grande importância para o empreendedor, mas não apareceu como uma característica muito relevante.

Nenhum dos empresários avaliados havia feito um treinamento para ser bem-sucedido, suas características pessoais foram fatores muito mais decisivos para explicar seus sucessos. As revisões realizadas e os estudos de casos de sucesso evidenciam a importância das características pessoais no aumento das chances de sucesso no mundo empresarial. Apesar disto, conforme Dolabela (1999), o estágio de conhecimento atual não permite determinar com certeza se uma pessoa vai ou não ser bem-sucedida como empreendedora. Por outro lado, sem tais características sabe-se que dificilmente o indivíduo alcançará o sucesso.

A pesquisa avaliou as características desejadas num empreendedor a partir da revisão bibliográfica e de estudos de caso encontrados em literatura. Não foram realizadas pesquisas de campo para verificar a pertinência das variáveis identificadas. Para concluir a pesquisa seria necessário entrevistar membros de pequenas comunidades rurais e urbanas, verificar a presença dessas variáveis preferencialmente nos pequenos empreendedores locais e a ausência delas nos outros habitantes.

Uma vez efetuada essa verificação será possível adotar essas variáveis na identificação de empreendedores potenciais em pequenas comunidades onde se deseja favorecer as iniciativas de desenvolvimento local.

REFERÊNCIAS

AGOSTINI, J. P. *Critérios de Avaliação para Projetos Empreendedores Sociais*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001. p. 155. Disponível em: http://www.bte.com.br/download/Desenvolvimento%20Sustent%C3%A1vel%5CRedu%C3%A7%C3%A3o%20das%20Desigualdades%20Sociais/172_1_arquivo_empreendsocial.pdf. Acesso em 07-03-2007.

ÁVILA, V. F. *Formação educacional em desenvolvimento local: relato de estudo em grupo e análise de conceitos*. Campo Grande: Ed. UCDB, 2000. p. 101.

ÁVILA, V. F. *Pressupostos para formação educacional em desenvolvimento local [artigo]*. In: *Interações - Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, nº 1, v.1, p. 63-76. Campo Grande-MS: Universidade Católica Dom Bosco, 2000.

BENZE, R. P.; CÊRA, K.; ESCRIVÃO FILHO, E. *As especificidades contextuais, estruturais e comportamentais da pequena empresa: a importância de uma abordagem que integre os três conjuntos de características que influenciam a gestão*. In: *SIMPÓSIO INTERINSTITUCIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO BOLSÃO SULMATO-GROSSENSE E NOROESTE PAULISTA*, 2., setembro de 2003 [Anais]. Três Lagoas: FIRB, UFMS, FAISA e FIU. Disponível em: http://www.prod.eesc.usp.br/geope/publicacoes/publ_congressos.htm. Acesso em 02-05-2006.

BILESSIMO, L. D. *Instrumento para diagnóstico da expectativa de sucesso da micro e pequena empresa brasileira*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002. p. 164. Disponível em: <http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/5440.pdf>. Acesso em 06-06-2005.

BNDES. *Criação e fechamento das firmas brasileiras: uma análise por porte*. Informe-se n. 32, dezembro. [Rio de Janeiro], 2001. In: MARCO, S.A. *Novas abordagens à promoção das pequenas empresas: um estudo do programa Sebrae de desenvolvimento de arranjos produtivos locais*. 2003. p.132. Dissertação (Mestrado em Política Científica e Tecnológica) – Universidade Estadual de Campinas, São Paulo. Disponível em: <http://libdigi.unicamp.br/document/?code=vtls000295266>. Acesso em 03-05-2005.

CAMILOTTI, L. *Procedimentos de Integração para desenvolvimento local a partir dos princípios do empreendedorismo*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001. p.130. Disponível em: <http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/4329.pdf>. Acesso em 02-03-2007.

CAMPANHOLA, C. e DA SILVA, J. G. *Desenvolvimento Local e a Democratização dos Espaços Rurais* [artigo]. *Cadernos de Ciência e Tecnologia* v.17, m.1, p.11-40, Brasília, jan./abr. 2000.

CASTILHO, M. A. de. *Roteiro para elaboração de monografia em ciências jurídicas*. 3. ed. rev. São Paulo: Sugestões Literárias, 2002.

CERVO, A. L. *Metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHIAVENATO, I. *Vamos abrir um novo negócio?*. São Paulo: Makron Books, 1995.

_____. *Introdução à Teoria Geral da Administração*. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus: 2003.

COMITÉ Económico y Social de Las Comunidades Europeas. *Dictamen sobre el desarrollo local en la política regional comunitaria*. Bruxelas: CES, 1995.

D'AVILA FILHO, E. G. *Comunidades Virtuais: um estudo do Grupos.com.br*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2004. p. 113. Disponível em: <http://teses.eps.ufsc.br/Resumo.asp?5939>. Acesso em 05-04-2007.

DEGEN, R. J. *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: Mc Graw-Hill, 8.ed. 2005.

DIANE Publishing Company. *Community culture and the environment: a guide to understanding a sense of place*. United State, Washington, DC, 2002. Disponível em: http://books.google.com.br/books?vid=ISBN142890025X&id=xmtwHr45X4gC&pg=PA4&lpg=PA4&dq=%22concept+of+community%22&as_brr=1&sig=DQYsP7XSdJzVMdUCSeT_7morXEk#PPA10,M1. Acesso em 15-03-2007.

DOLABELA, F. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

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

FACHIN, O. *Fundamentos de metodologia*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

FILION, L. J. *Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios*. *RAUSP – Revista de Administração da Universidade de São Paulo*. SP, abril/jun. 1999. In: DOLABELA, Fernando. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor), Relatório 1999 e 2004: *Empreendedorismo no Brasil*. Disponível em: http://www.sebraemg.com.br/Geral/visualizadorConteudo.aspx?cod_areasuperior=2&cod_areaconteudo=85&cod_pasta=454&cod_conteudo=1167. Acesso em 11-03-2007.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor), Relatório Síntese 2004: *Estudo de Avaliação do Potencial Empreendedor em Portugal em 2004*. Disponível em: <http://www2.spi.pt/gem/docs/RelatorioSinteseGEM.pdf>. Acesso em 08-04-2007.

GOMES, A. F. *O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local [artigo]*. REA nº 07Ano 2005 - Edição 07 - Volume 06 - Número 02 - Julho/Dezembro 2005. Disponível em: http://www.facef.br/rea/edicao07/ed07_art04.htm. Acesso em 16-04-2007.

HOUAISS, Instituto Antônio. *Dicionário Eletrônico da Língua Portuguesa [CD-ROM]*. Editora Objetiva, Versão 1.0, 2001.

IBGE. *Pesquisa Industrial Anual*. [S.I], 2001. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em 27/10/2001. In: MARCO, S. A. *Novas abordagens à promoção das pequenas empresas: um estudo do programa Sebrae de desenvolvimento de arranjos produtivos locais*. Dissertação (Mestrado em Política Científica e Tecnológica) – Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2003. p. 132. Disponível em: <http://libdigi.unicamp.br/document/?code=vtls000295266>. Acesso em 03-05-2005.

ISTOÉ. *Francesco Matarazzo, O Empreendedor do Século*. Edição especial 1570, setembro de 1999.

JACOMETTI, M. e CRUZ, G. *Perfil empreendedor: uma reflexão sobre a formação empreendedora baseada em cultura, poder e estratégias*. UTFPR, 2002. Disponível em: www.cp.cefetpr.br/empreendedor/seminario/download/artigos/Artigo%2001%20-%20Perfil%20Empreendedor.doc. Acesso em 27-02-2007.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. *Fundamentos de metodologia científica*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C.; PETTY, J. W. *Small Business Management – An Entrepreneurial Emphasis*. South-Western a Division of International Thomson Publishing, Inc. 1997.

MALVESTITI, M. [et. al.]. *IPGN: Uma experiência brasileira de ensino de empreendedorismo via internet [artigo]*. Publicado em 11-05-2005. Disponível em: <http://www.biblioteca.sebrae.com.br>. Acesso em 17-03-2007.

MAMEDE, R. R. *Entrepreneurship and economic development: how Can entrepreneurial activity contribute to wealth distribution*. Anais III Conferência Internacional de Pesquisa em Empreendedorismo na América Latina – III CIPEAL. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2004.

MARCARINI, A.; SILVEIRA, A. e HOELTGEBAUM, M. *O desenvolvimento do empreendedor nas universidades como instrumento de geração de novos*

empreendimentos. Universidade Fundação Regional de Blumenau – SC, 2003. Disponível em: www.fgvsp.br/iberoamerican/Papers/0207_ArtigoEnsinoEmpreendedorismoFinal.pdf. Acesso em 17-04-2007.

MARCHESNAY M. *Le management stratégique*. In *Les PME : bilan et perspectives*. Julien P.A. (org.), Québec, Economica e Presses Inter Universitaires, 1994. p. 133-162.

MARCO, S. A. *Novas abordagens à promoção das pequenas empresas: um estudo do programa Sebrae de desenvolvimento de arranjos produtivos locais*. Dissertação (Mestrado em Política Científica e Tecnológica) – Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2003. p. 132.. Disponível em: <http://libdigi.unicamp.br/document/?code=vtls000295266>. Acesso em: 03-05-2005.

MARCONDES, F.C. [et. al.] *Quem cultiva determinação, colhe sucesso*. In: Revista O Mundo da Usinagem, nº 1, v. 1, p. 14-18, ISSN 1518-6091, São Paulo-SP: Coromant da Sandvik do Brasil S.A., 2003. Disponível em: <http://www.ommundodausinagem.com.br/edicoes/2003/1/empreendedores.pdf>. Acesso em 20-06-2007.

MARTINS, S.R.O. *Desenvolvimento Local: questões conceituais e metodológicas [artigo]*. In: interações – Revista Internacional de Desenvolvimento Local, nº 5, Vol. 3, Campo Grande-MS: Universidade Católica Dom Bosco, 2002.

MATTAR, F.N. *Os motivos que levam as pequenas empresas à morte*. Folha de São Paulo, 2.nov. 1988. In: BENZE, R. P.; CÊRA, K.; ESCRIVÃO FILHO, E. (2003) *As especificidades contextuais, estruturais e comportamentais da pequena empresa: a importância de uma abordagem que integre os três conjuntos de características que influenciam a gestão*. In: *SIMPÓSIO INTERINSTITUCIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO BOLSÃO SULMATO-GROSSENSE E NOROESTE PAULISTA*, 2., setembro de 2003 [Anais]. Três Lagoas: FIRB, UFMS, FAISA e FIU. Disponível em: http://www.prod.eesc.usp.br/geope/publicacoes/publ_congressos.htm. Acesso em 02-05-2006.

MIHAILESCU, V. *Peasant strategies and rural development in Romania: copying with local diversity in development policy*. SOCO Project Paper No. 92, Vienna,

2000. Disponível em: <http://www.univie.ac.at/iwm/publ-spp/soco92pp.pdf>. Acesso em 09-04-2007.

MOISÉS, H. N. *O Município-Rede: Planejamento, desenvolvimento político e sustentabilidade*. In: O Município do Século XXI: Cenários e Perspectivas, UFCG, 1999. Disponível em: www.lead.org.br/filemanager/download/85/7_texto%20Helvio.pdf. Acesso em 01-04-2007.

MORIYAMA G. K. e ESCRIVÃO FILHO, E. *Perfil empreendedor e sucesso na pequena empresa: como o empreendedorismo pode ajudar o engenheiro a gerenciar seu próprio negócio*. Anais do XXVIII COBENGE- Congresso Brasileiro de Ensino de Engenharia. Ouro Preto(MG): ABENGE- Associação Brasileira do Ensino de Engenharia. Outubro/2000. Disponível em: http://www.prod.eesc.usp.br/geope/publicacoes/publ_congressos.htm. Acesso em 02-05-2006.

MOTA, A. R.; SANTOS, A. M. e SILVA, T. de F. C. *Empreendedorismo: o perfil empreendedor de mulheres de sucesso* [monografia]. Universidade Potiguar, Especialização em Gestão Empresarial e de Pessoas. João Pessoa, 2004. p. 100. Disponível em: [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/BDA89E671E43471903256F9700570BFF/\\$File/NT000A360A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/BDA89E671E43471903256F9700570BFF/$File/NT000A360A.pdf). Acesso em 02-03-2007.

NOLAN, A. *Entrepreneurship and Local Economic Development: Policy Innovations in Industrialized Countries* [artigo]. OECD Online Bookshop Home Page, 2000. Disponível em: http://www.kc.frb.org/PUBLICAT/MainStreets03/RC03_Nolan.pdf. Acesso em 04-04-2007.

NÓVOA, A. et al. *Formação para o desenvolvimento*. Lisboa: Fim de Século/OIT, 1992. In: ÁVILA, V. F. Formação educacional em desenvolvimento local: relato de estudo em grupo e análise de conceitos. Campo Grande: Ed. UCDB, 2000.

OLIVEIRA, F. de. *Aproximações ao enigma: o que quer dizer desenvolvimento local?* [artigo] São Paulo, Polis-Programa Gestão Pública e Cidadania/EAESP/FGV, 2001. Disponível em: <http://www.polis.org.br/download/46.pdf>. Acesso em 05-09-2006.

PRATA MIL, Desenvolvimento. *Prata 100 Indústria e Comércio Ltda.* Disponível em: <http://www.prata1000.net/Prata1000/Default.aspx>. Acesso em 20-06-2007.

RAMOS, R. C. de O. e ESCRIVÃO FILHO, E. *Perfil do pequeno empreendedor: estudo de três casos na industria metal mecânica do interior de São Paulo.* Anais do XX ENEGEP- Encontro Nacional de Engenharia de Produção. São Paulo(SP): Departamento de Engenharia de Produção da Escola Politécnica - USP e ABEPRO- Associação de Engenharia de Produção. Outubro/2000. Disponível em: http://www.prod.eesc.usp.br/geope/publicacoes/publ_congressos.htm. Acesso em 02-05-2006.

SEBRAE-MS. *Eu tenho potencial empreendedor?* Disponível em: <http://www.ms.sebrae.com.br/OrientacaoEmpresarial/amplie/interne/?codModelo=19&id=2620>. Acesso em 16-03-2007.

SEBRAE NACIONAL. *Boletim estatístico de micro e pequenas empresas: primeiro semestre de 2005.* Disponível em: [http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/03DE0485DB219CDE0325701B004CBD01/\\$File/NT000A8E66.pdf](http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/03DE0485DB219CDE0325701B004CBD01/$File/NT000A8E66.pdf). Acesso em 05-09-2006.

SILVA, L. C. L. da. *Plano Estratégico para o Desenvolvimento Econômico Local: um instrumento para a melhoria da qualidade de vida.* Dissertação (Mestrado Engenharia Mecânica) – Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2003. Disponível em: <http://libdigi.unicamp.br/document/?code=vtls000310619>. Acesso em 20-03-2007.

SINGER, P. *Curso de Introdução à Economia Política.* Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982. In: ÁVILA, V. F. Formação educacional em desenvolvimento local: relato de estudo em grupo e análise de conceitos. Campo Grande: Ed. UCDB, 2000.

TERENCE, A. C. F. (2002) *Planejamento estratégico como ferramenta de competitividade na pequena empresa.* Dissertação (Mestrado). São Carlos, Programa de Graduação em Engenharia de Produção, EESC-USP. In: BENZE, R. P.; CÊRA, K.; ESCRIVÃO FILHO, E. (2003) As especificidades contextuais, estruturais e comportamentais da pequena empresa: a importância de uma

abordagem que integre os três conjuntos de características que influenciam a gestão. SIMPÓSIO INTERINSTITUCIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO BOLSÃO SULMATO-GROSSENSE E NOROESTE PAULISTA, 2., setembro de 2003 [Anais]. Três Lagoas: FIRB, UFMS, FAISA e FIU. Disponível em: http://www.prod.eesc.usp.br/geope/publicacoes/publ_congressos.htm. Acesso em 02-05-2006.

TREVISAN, I. *The presence of entrepreneurial traits in women business owners: a first report* [artigo]. Università di Trento, 1999. Disponível em: <http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1999/146.pdf>. Acesso em 09-04-2007.

TUPANANGYR, G. F. *Análise de viabilidade para pequenos e médios negócios do setor de serviços*. Dissertação (Mestrado) – Escola Politécnica de São Paulo, Universidade de São Paulo, 1996, 154p. In: RAMOS, R. C. de O. e ESCRIVÃO FILHO, E. *Perfil do pequeno empreendedor: estudo de três casos na indústria metal mecânica do interior de São Paulo*. Anais do XX ENEGEP- Encontro Nacional de Engenharia de Produção. São Paulo(SP): Departamento de Engenharia de Produção da Escola Politécnica - USP e ABEP- Associação de Engenharia de Produção. Outubro/2000. Disponível em: http://www.prod.eesc.usp.br/geope/publicacoes/publ_congressos.htm. Acesso em 02-05-2006.

ANEXO

Variáveis Importantes para identificação do perfil empreendedor

Variáveis importantes para identificação do perfil empreendedor, classificadas em:

a) técnicas, b) gerenciais, ambas possíveis de serem aprendidas por se tratarem de técnicas empresariais e c) pessoais, que não podem ser aprendidas.

CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS			
AUTOR	TÉCNICAS (know-how técnico na sua área de atuação)	GERENCIAIS (controle de ações de diversas áreas)	PESSOAIS (já presentes no indivíduo)
DOLABELA (1999)	<ul style="list-style-type: none"> • Bons distribuidores e coordenadores de recursos; • Capacidade de calcular riscos; • Conhece bem o ramo em que atua; • Sabe buscar, utilizar e controlar recursos; • Traça método de aprendizagem. • Visa resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto comprometimento; • Cria sistema próprio de relações com empregados; • Orientado para resultados futuros; • Se preocupa com clientes; • Tece rede de relações internas e externas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acredita nos seus sonhos; • Aprende com os erros (seus e dos outros); • Assume riscos calculados, não é um aventureiro; • Autoconfiante; • Comunicativo; • Considera remuneração como medida de seu desempenho; • Crê no que faz; • Cria oportunidades; • Cria situação para obter feedback; • Criativo; • Cultiva a imaginação; • Dedicado; • Detecta oportunidades de negócios;

CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS			
AUTOR	TÉCNICAS (know-how técnico na sua área de atuação)	GERENCIAIS (controle de ações de diversas áreas)	PESSOAIS (já presentes no indivíduo)
			<ul style="list-style-type: none"> • Faz as coisas acontecerem; • Geralmente tem modelo de influência; • Inovador; • Internalidade (crença de que consegue promover mudanças no sistema em que atua); • Intuitivo; • Líder visionário; • Necessita de realização; • Organizado; • Otimista; • Persistente; • Pró-ativo; • Racional; • Realiza visões; • Sonhador realista; • Tece rede de relações internas e externas • Tem iniciativa; • Visionário.
DORNELAS (2001)		<ul style="list-style-type: none"> • Orientado à mudanças. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apaixonado pelo que faz; • Arrisca; • Busca Reconhecimento e admiração; • Disciplinado; • Inovador; • Persistente; • Quer fazer a diferença (não se contenta em ser mais um na multidão); • Questionador; • Visionário.
GOMES (2005)			<ul style="list-style-type: none"> • Criativo. • Inovador.

CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS			
AUTOR	TÉCNICAS (know-how técnico na sua área de atuação)	GERENCIAIS (controle de ações de diversas áreas)	PESSOAIS (já presentes no indivíduo)
JACOMETTI e Cruz (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • Estabelecimento de metas; • Planejamento e monitoramento sistemáticos. • Rede de contatos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Busca de informações. • Exigência de qualidade e eficiência. 	<ul style="list-style-type: none"> • Autoconfiança; • Busca de oportunidade; • Comprometimento; • Correr riscos calculados; • Determinado. • Independência; • Iniciativa; • Ousado; • Persistência; • Persuasão.
LONGENECKER et al (1997)			<ul style="list-style-type: none"> • Disposição para correr riscos moderados; • Forte autoconfiança. • Necessidade de realização.
MARCARINI, SILVEIRA e HOELTGEBAUM (2003)	<ul style="list-style-type: none"> • Estabelecimento de metas; • Planejamento e monitoramento sistemáticos. • Rede de contatos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Busca de informações. • Exigência de qualidade e eficiência. 	<ul style="list-style-type: none"> • Autoconfiança; • Busca de oportunidade; • Comprometimento; • Correr riscos calculados; • Independência; • Iniciativa; • Persistência; • Persuasão; • Rede de contatos.
MARCHESNAY (1994)		Perenidade da empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomia. • Independência financeira.
MOTA; SANTOS e SILVA (2004)	<ul style="list-style-type: none"> • Experiência em empresa; • Experiência na área comercial; • Formação complementar; • Vivência em situações novas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica oportunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Busca auto-realização; • Busca desenvolvimento pessoal; • Corre risco calculado. • Independente.

CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS			
AUTOR	TÉCNICAS (know-how técnico na sua área de atuação)	GERENCIAIS (controle de ações de diversas áreas)	PESSOAIS (já presentes no indivíduo)
RAMOS e ESCRIVÃO FILHO (2000)	<ul style="list-style-type: none"> • Atende bem os clientes; sabe relacionar-se com clientes e fornecedores; • Atualiza-se constantemente; • Autonomia; • Boas relações com informática e internet; • Busca alternativas viáveis para aumentar produtividade; • Busca aprimoramento constante; • Busca aprimoramento; • Busca diferencial competitivo; • Conhece processos industriais; • Conhecimento de idiomas; • Conhecimento dos processos industriais; • Domina técnicas; • Evita desperdício; • Gera riqueza ; • Mantém alto nível de qualidade profissional; • Necessita de Formação complementar; 	<ul style="list-style-type: none"> • Administração participativa; • Agressivo para atingir objetivos; • Assegura qualidade nos produtos e serviços • Bom relacionamento interpessoal; • Busca convívio harmonioso; • Comunicação persuasiva; • desenvolve pessoas e grupos; Monitora os acontecimentos; • Mantém bom relacionamento com o meio; • Motiva equipe; Atende às necessidades e satisfações do cliente; • Orientado para pessoas; • Poder de decisão; • Possui posição adequada para cada tipo de situação; • Preocupa-se com perenidade da empresa • Soluciona problemas; • Trabalha de modo individual e coletivamente; 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisa o ambiente na busca de oportunidades; • Assume riscos moderados; • Autoconfiante; • Autodisciplina; • Autonomia; • Bom senso; • Busca aprimoramento constante; • Capacidade analítica; • Capacidade de adaptação; • Capacidade de descobrir nichos; • Capaz de influenciar pessoas-poder de persuasão; • Comprometimento; confiabilidade; • Contagia quem estiver ao seu redor; • Coragem de correr risco; • Cria oportunidade, não espera que elas caiam do céu; • Cria oportunidades; • Curiosidade; • Dedicado em tudo que faz; • Desenvolve e realiza seus sonhos; • Diferencia-se num grupo - destaca-se; • Espírito inovador; • Está sempre atento; • Fixa meta alcançáveis; • Iniciativa;

CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS			
AUTOR	TÉCNICAS (know-how técnico na sua área de atuação)	GERENCIAIS (controle de ações de diversas áreas)	PESSOAIS (já presentes no indivíduo)
	<ul style="list-style-type: none"> • Possui experiência; • Prática no que faz; • Transforma idéias inovadoras em operações comerciais rentáveis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visão ampliada do negócio; • Visão Global. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inova; • Integridade; • Mantém bom relacionamento com pessoas; • Não tem medo de mudanças; • Necessita de realização pessoal; • Otimista; • pensamento criativo; • Persistente; • Pioneirismo; • Planeja - estabelece metas; • Sabe lidar com conflitos; • Sabe lidar com equipe; • Talento; • Tem energia; • transforma problemas em oportunidade.
SEBRAE-MS (2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Busca de Qualidade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cálculo dos Riscos; • Poder. 	<ul style="list-style-type: none"> • Busca de Oportunidades; • Comprometimento; • Iniciativa; • Planejamento.
TREVISAN (1999)		<ul style="list-style-type: none"> • Orientação a longo prazo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Atitude voltada para risco; • Comprometimento; • Determinação; • Independência; • Liderança.

JULEÍSA ALBUQUERQUE DOS SANTOS

**CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR COMO
FACILITADOR DAS INICIATIVAS DE DESENVOLVIMENTO
LOCAL**

Dissertação, solicitada como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Local, apresentada à Banca Examinadora, sob a orientação do Prof. Dr. Olivier François Vilpoux.

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL –
MESTRADO ACADÊMICO
CAMPO GRANDE-MS
2007**

Santos, Juleísa Albuquerque dos
S237c Caracterização do perfil empreendedor como facilitador das iniciativas de
desenvolvimento local / Juleísa Albuquerque dos Santos; orientação Olivier
François Vilpoux. 2007
69f. + anexos

Dissertação (mestrado) – Universidade Católica Dom Bosco, Campo.
Grande, Mestrado em desenvolvimento local, 2007.
Inclui bibliografia

1. Empreendimentos 2. Desenvolvimento local 3. Empresários I. Vilpoux,
Olivier François II. Título

CDD-658.421

Bibliotecária: Clélia Takie Nakahata Bezerra CRB 1/757