

ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DOS EMPRESÁRIOS BENEFICIADOS COM O CRÉDITO DISPONIBILIZADO PELO PROGRAMA BRASIL EMPREENDEDOR

ANTONIO SÉRGIO LONGHINI¹
MARIA IOLANDA SACHUK²

(Universidade Estadual de Maringá – UEM)

Resumo

O presente artigo tem a finalidade de apresentar o resultado da pesquisa realizada com os empresários beneficiados com o crédito disponibilizado pelo Programa Brasil Empreendedor. O objetivo foi verificar se os proponentes que conseguiram o financiamento através do referido programa possuem os requisitos que compõem as características básicas de um empreendedor; identificar as principais dificuldades enfrentadas na obtenção do financiamento e os fatores que determinaram a aprovação do crédito daqueles indivíduos atendidos na Sala do Empreendedor, numa instituição financeira na cidade de Maringá. É uma pesquisa de levantamento de dados de caráter exploratório. Foi possível traçar um paralelo entre as características dos empresários pesquisados e a literatura sobre empreendedorismo.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo não é tema recente, contudo, ultimamente tem-se discutido muito sobre a sua importância para o desenvolvimento econômico. O crescente interesse pelo tema deve-se ao fato de que este tem sido considerado uma importante prática para o desenvolvimento de muitos países. Sendo assim, alguns pesquisadores de diversas áreas têm se dedicado ao tema, haja vista sua relevância numa sociedade em que os empregos tradicionais estão cada vez mais escassos e os indivíduos precisam encontrar e desenvolver novas “carreiras” para se manterem ativamente econômicos.

Segundo Degen (1989:09),

A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. O melhor recurso para solucionar os graves problemas sócio-econômicos (...) é a liberação da

¹ Funcionário do Banco do Brasil, Especialista em Gestão Empresarial – MBA/Executivo pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Endereço: aslonghini@onda.com.br

² Professora Doutora do Departamento de Administração da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Endereço: misachuk@uem.br.

criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços.

Como forma de impulsionar o crescimento econômico do Brasil, o governo federal criou o Programa Brasil Empreendedor, com o objetivo de proporcionar o fortalecimento das micro, pequenas, médias empresas e empreendedores do setor informal, através da capacitação gerencial, creditícia e assessoria técnica ao segmento, visando contribuir para a geração de renda, manutenção e criação de postos de trabalho.

Para operacionalizar as linhas de crédito disponibilizadas através do Programa Brasil Empreendedor, foi instalada por um banco estatal da cidade de Maringá a Sala do Empreendedor, cuja finalidade é prestar atendimento aos empreendedores que buscam recursos financeiros através do referido programa.

A pesquisa justificou-se devido ao baixo número de financiamentos aprovados através do Programa Brasil Empreendedor, em relação ao número de pessoas atendidas. No período de novembro/1999 a abril/2000 foram efetuados 765 atendimentos na Sala do Empreendedor. Desse total de atendimentos, apenas 35 operações foram aprovadas. Do universo de 35 operações, 13 foram créditos destinados a operações de capital de giro, 14 foram destinadas a pessoas físicas, apenas 08 operações foram destinadas ao Proger Urbano que atende as micro e pequenas empresas do setor formal da economia, que se constitui na maior fonte geradora de empregos.

Os financiamentos aprovados representam apenas 4,57% do total de atendimentos realizados, dos quais as empresas do setor formal que obtiveram financiamento na linha de Proger Urbano correspondem apenas em 1,04%.

Tendo em vista que as micro e pequenas empresas são consideradas grandes geradoras de emprego e renda, constata-se, então, que o número de créditos aprovados é relativamente pequeno em relação ao número de proponentes.

A pesquisa tinha como objetivo verificar se os proponentes que obtiveram o financiamento através do Programa Brasil Empreendedor possuíam os requisitos básicos que compõem as características de um empreendedor; identificar as principais dificuldades enfrentadas na obtenção do financiamento e os fatores que determinaram a aprovação do crédito; traçar um paralelo entre os conceitos encontrados na literatura sobre empreendedorismo, com as características daqueles indivíduos atendidos na Sala do Empreendedor e que obtiveram o financiamento oferecido pelo referido programa.

1.0 - Considerações sobre Empreendedorismo

Atualmente a atividade empreendedora exerce um papel fundamental no sistema econômico. Com a competitividade cada vez maior entre as empresas, o empreendedor se depara com enormes desafios, não só em nível de concorrência local, mas também mundial, em conseqüência do processo de globalização da economia com a formação dos blocos econômicos. É dentro desta perspectiva que foi criado o Programa Brasil Empreendedor, objeto deste estudo.

A atividade empreendedora ou o processo de “destruição criativa” – como é denominada por Schumpeter *apud* Degen (1989: 09) – tem importante papel na formação da riqueza da nação. Ela traz pelo menos três benefícios para a sociedade: estimula o crescimento econômico, aumenta a produtividade e gera novas tecnologias, produtos e serviços. É através dela que o país desenvolve sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente e a preços cada vez mais acessíveis, os bens e serviços necessários ao bem estar da nação.

Através do processo de “destruição criativa”, Schumpeter afirma que o papel do empreendedor é justamente o de propiciar a quebra de paradigmas nas economias de mercado, estabelecendo novos patamares econômicos e tecnológicos nas suas estruturas produtivas, sempre na busca do lucro e da realização profissional e pessoal. E o estímulo para um novo ciclo econômico assenta-se, principalmente, nas inovações introduzidas por esta categoria de empresário, ou seja, do empreendedor.

Atualmente, em razão do crescente número de desempregados, a criação de novas empresas representa uma importante resposta ao problema do desemprego. A geração de novos produtos e serviços, novos métodos de produção e novos mercados constituem-se numa importante alternativa para manter em funcionamento a economia do País.

Degen (1989), em seu livro “O Empreendedor”, ressalta as virtudes e a indispensabilidade da livre iniciativa, tanto para o desenvolvimento profissional como para o desenvolvimento da economia do país, de modo geral. Argumenta, ainda, que o sucesso não depende apenas de “sorte”, mas sim da aplicação sistemática de técnicas gerenciais. Relata as experiências bem sucedidas de alguns empreendedores, pautadas no uso de técnicas gerenciais adequadas, dedicação, trabalho e criatividade como sendo fatores importantíssimos para a obtenção de sucesso no empreendimento.

As pessoas, em geral, não nascem empreendedoras, sendo que essa característica pode ser desenvolvida com o passar dos anos. Tanto Drucker (1986:34), quanto Degen (1989:13), acreditam que qualquer indivíduo pode se transformar em um empreendedor e se comportar empreendedorialmente.

Empreendedores possuem como característica básica a ambição de vencer todas as barreiras, todos os obstáculos ao desenvolvimento de seus projetos, visando sempre a sua realização. Um dos fatores que distinguem os empreendedores de sucesso dos demais diz respeito à criatividade. A criatividade provém da observação de inúmeras empresas, na tentativa de definir os motivos de sucesso ou fracasso dessas organizações.

Para Drucker (1986:194), existem três condições básicas para o sucesso do empreendedor:

- 1. Inovação é trabalho;*
- 2. Os inovadores precisam valer-se de seus pontos fortes;*
- 3. Inovação é um efeito na economia e sociedade, mudança no comportamento de clientes, de professores, de fazendeiros, de oftalmologistas – das pessoas em geral.*

2.0 - Perfil do Empreendedor

Com base em estudos realizados junto a empreendedores bem sucedidos, é possível identificar algumas características comuns observadas nos empreendimentos de sucesso.

Prati (1995:46-47) aponta o perfil necessário para os empreendedores de sucesso:

- *É motivado pelo desejo de realizar;*
- *Corre riscos viáveis, possíveis;*
- *Sabe aonde quer chegar;*
- *Confia em si mesmo;*
- *Não depende dos outros para agir; sabe, porém, atuar conjuntamente;*
- *É tenaz, firme e resistente ao enfrentar dificuldades;*
- *É otimista, sem perder o contato com a realidade;*
- *É flexível sempre que preciso;*
- *Administra suas necessidades e frustrações, sem por elas se deixar dominar;*
- *Sabe postergar, deixando para depois a satisfação de suas necessidades;*
- *Mantém a auto-motivação, mesmo em situações difíceis;*
- *É capaz de recomeçar de novo, se necessário;*
- *Tem facilidade e habilidade para as relações interpessoais;*
- *É capaz de exercer liderança, de motivar e de orientar outras pessoas com relação ao trabalho;*
- *Acredita no trabalho como participação e contribuição social;*
- *Tem prazer em realizar o trabalho e em observar seu próprio crescimento empresarial; É capaz de administrar bem o tempo;*
- *Não busca, exclusivamente, posição ou reconhecimento social;*
- *É capaz de desenvolver os recursos de que necessita e de conseguir as informações que precisa;*
- *Tem desejo de poder, como todos temos, consciente ou inconscientemente.*

Já para Filion (1999:19), empreendedor é aquele que possui as seguintes características:

- *Empreendedor é uma pessoa criativa;*
- *Marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos;*
- *Mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios;*
- *Um empreendedor continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios;*
- *Toma decisões moderadamente arriscadas;*
- *Objetiva a inovação, e continua a desempenhar um papel empreendedor;*
- *É uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.*

3.0 - Identificação de Oportunidades de Negócios

A busca de oportunidades de negócios reveste-se de muita importância para diversos setores da vida de um país, tanto para a formação e crescimento de empresas mais sólidas,

como para as empresas em geral, possibilitando o seu desenvolvimento por meio de uma base de cultura empreendedora. Para os empreendedores, trata-se de requisito imprescindível, uma vez que aumentam as suas chances de estabelecerem negócios com potencial de sucesso, que sejam adequados às suas características pessoais e ao mercado ao qual pretendem se instalar.

Para Drucker (1986:75), *oportunidades exigem mais do que sorte ou intuição. Elas exigem que a empresa busque a inovação, organize-se adequadamente e seja administrada de maneira a poder explorá-la.*

Já para Passarella (1995:65), oportunidades surgem para as pessoas no decorrer do seu dia-a-dia e muitos novos negócios são desenvolvidos a partir dessas oportunidades que praticamente “batem à porta”, “imploram” para serem identificadas e aproveitadas. Uma oportunidade de negócio pode ser entendida como uma circunstância, ocasião ou rumo de ação que, apresentando um caráter de adequabilidade e conveniência, compensa ser seguida e explorada para se criar um núcleo de atividades de uma empresa, segundo os critérios de grupos de clientes almejados, necessidades atendidas e tecnologias utilizadas.

O processo de identificação de oportunidades não consiste apenas no estudo visando a colocação de um produto ou serviço novo no mercado, ou ocupar um segmento que ninguém ainda tenha pensado, mas também na redução de custos, na melhoria da qualidade ou mesmo em oferecer serviços mais rápidos que os da concorrência.

4.0 - Diferenças entre Sistemas Gerenciais de Empreendedores e Operadores de Pequenos Negócios.

Filion (1999) realizou um estudo empírico sobre o sistema gerencial com gerentes-proprietários de pequenos negócios, visando diferenciar os elementos de planejamento, organização, comando e controle de Fayol, classificando os gerentes proprietários em empreendedores e operadores, e concluiu que para os empreendedores, as atividades no sistema foram visão, projeto, animação, monitoração e aprendizagem; já para os operadores, as atividades foram seleção, desempenho, atribuição, monitoração e ajuste.

Os gerentes e pequenos empresários buscam atingir metas e objetivos a partir dos recursos disponíveis, dentro de uma estrutura pré-definida ou copiada. Os empreendedores, por outro lado, gastam boa parte de seu tempo imaginando onde querem chegar e como farão para chegar lá.

Filion (1999) classifica os proprietários-gerentes de pequenos negócios em seis tipos:

O lenhador: É a pessoa que não gosta de multidões. É ambiciosa e tem aptidão para o trabalho duro. Gosta de fazer as coisas. Quando trabalha para um empregador, geralmente produz o dobro que os empregados. O lenhador é o tipo mais comum de proprietário-gerente de pequenos negócios.

O sedutor: É aquele que se entrega de corpo e alma aos negócios, mas seu entusiasmo geralmente não dura muito. Gosta que as coisas aconteçam rápido

O jogador: Vê o esporte como elemento vital em sua vida. Encara a empresa como um suporte financeiro, um meio de ganhar o suficiente para fazer o que realmente quer da

vida. Geralmente é alguém de família rica que passa a maior parte de sua juventude praticando esportes ou envolvido com outras formas de lazer.

O hobbysta: Dedicar toda a sua energia e o tempo livre aos negócios. O negócio é seu hobby. É nele que enxerga a possibilidade de auto-realização.

O convertido: Encontrou a grande coisa e tudo em sua vida gira em torno dessa descoberta fundamental, o que geralmente significa o começo de uma nova carreira. O convertido prefere fazer as coisas em vez de ver os resultados, porque em tudo o que faz está convencido de estar dando um passo em direção ao melhoramento da raça humana.

O missionário: Geralmente lança seus negócios sozinho. Conhece muito bem o produto e o mercado em que trabalha. É apaixonado pelo que faz. Geralmente organiza os negócios com relativa rapidez, de tal modo que, mesmo quando bem pequenos, possam funcionar sem ele, ou pelo menos sem a sua presença diária.

Os empreendedores baseiam-se no espaço do mercado que desejam ocupar e a partir disso criam e definem uma arquitetura de negócios, ou seja, identificam um nicho e imaginam o tipo de estrutura necessária para ocupá-lo. Nas empresas gerenciadas por empreendedores, a ênfase está na visão, na missão e nas operações. Os empregados trabalham duro e são comprometidos com o que fazem.

Os operadores, por sua vez, procuram negócios comuns às suas próprias habilidades. A avaliação do mercado não recebe tanta importância quanto a competência ou perícia no campo escolhido. Não possuem uma visão clara dos objetivos a serem seguidos. Os operadores gastam mais tempo que os empreendedores em atividades do dia-a-dia. Realizam muito, mas em compensação não se preocupam em divulgar as visões a todos os colaboradores.

Outro fator que diferencia empreendedores de operadores diz respeito à seleção de recursos humanos. Os operadores tendem a contratar pessoas com base nas tarefas a serem realizadas, buscando, quase sempre, pessoas conhecidas. Os empreendedores, por sua vez, procuram selecionar empregados que poderão progredir com eles ao longo do tempo.

Segundo Blais & Toulouse *apud* Fillion (1999:18), num estudo comparativo entre empreendedores e não empreendedores, descobriram que os empreendedores tendem a valorizar o empreendedorismo, enquanto os não empreendedores valorizam a segurança do emprego. Os empreendedores têm “sonhos realistas”, ou visões, com cuja realização estão comprometidos e por isso mantêm um aprendizado contínuo, visando ajustarem-se às atividades de seus ofícios. Operadores, por outro lado, simplesmente querem dar bom uso às suas habilidades como forma de ganhar a vida.

5.0 - Objetivos do Plano de Negócio

O principal objetivo do Plano de Negócio é orientar o empreendedor com relação às decisões estratégicas do negócio antes de iniciar o seu empreendimento. Permitirá, também, avaliar a viabilidade da implantação da sua idéia de empresa, possibilitando antecipar possíveis causas de insucesso, que em muitos casos só seriam descobertos após o início do funcionamento da empresa.

Para Degen (1989:177), o Plano de Negócio é a formalização das idéias, da oportunidade, do conceito, dos riscos, das experiências similares, das medidas para minimizá-los, das respostas aos pré-requisitos, da estratégia competitiva, bem como do plano de marketing, de vendas, operacional e financeiro para viabilizar o novo negócio.

De acordo com Pereira (1995:31), as três funções principais do Plano de Negócio são:

1. Avaliar o novo empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnico, financeiro, jurídico e organizacional. Assim o empreendedor terá uma noção prévia do funcionamento da sua empresa em cada um daqueles aspectos.

2. Avaliar, retrospectivamente, a evolução do empreendimento ao longo da sua implantação: para cada um dos aspectos definidos no Plano de Negócio, o empreendedor poderá comparar o “previsto” com o “realizado”.

3. Facilitar, ao empreendedor, a obtenção do capital de terceiros quando o capital próprio não é suficiente para cobrir os investimentos iniciais.

6.0 - Metodologia

A estratégia desta pesquisa contempla a coleta de dados empíricos, visando determinar se os empresários que obtiveram o financiamento através do Programa Brasil Empreendedor possuem as características básicas de um empreendedor. Os dados foram coletados através de entrevista estruturada que, após aplicada, foi analisada e interpretada qualitativamente, utilizando-se da técnica de análise de conteúdo.

De acordo com Selltitz et al. (1987), é uma pesquisa não-experimental, porque não existe manipulação de variáveis, consistindo em levantamento de dados. Neste tipo de estudo, o pesquisador procura apreender e interpretar a realidade sem nela interferir para modificá-la. É uma pesquisa de caráter exploratório, porque procura aprofundar o conhecimento das variáveis e do fenômeno, para, então, descrevê-lo.

A definição do universo populacional da pesquisa foi facilitada pela existência de um mapa que contempla o número de atendimentos prestados e o número de financiamentos aprovados na Sala do Empreendedor.

O Público-alvo da pesquisa é constituído por oito empresários, dentre os quais, beneficiados com o financiamento, dois estão sediados em outros municípios e não foi possível aplicar a entrevista. Os outros dois empresários não se dispuseram a responder as questões levantadas. Portanto, o objeto de pesquisa constituiu-se de 50% da população, ou seja, de quatro indivíduos.

6.1 – Confronto entre o Referencial Teórico-Empírico e os dados coletados

Quando questionados se já possuíam um Plano de Negócio traçado na ocasião em que procuraram o Programa Brasil Empreendedor, obtiveram-se os seguintes depoimentos dos empresários:

E1³ - “Não possuíamos na verdade a gente tinha apenas um orçamento, mas um plano elaborado a gente não tinha”.

E2 - “Já possuía um levantamento dos custos de implantação do projeto, mais um plano escrito e detalhado como o do SEBRAE, não havia feito”.

E3 - “Não possuíamos, a gente havia feito apenas um estudo onde constatamos que com o custo de manutenção da frota antiga era possível pagar as prestações de um financiamento para substituição da frota”.

E4 - “Não tinha. No início a idéia era montar uma panificadora, mas como o investimento era muito elevado, optamos por abrir uma lanchonete.”

Através dos depoimentos acima constatou-se que todos os empresários quando procuraram a Sala do Empreendedor pela primeira vez não possuíam o Plano de Negócio formal, ou seja, um documento que contemplasse a idéia, os objetivos, o estudo de viabilidade econômico-financeira do empreendimento. Os empresários possuíam apenas uma idéia informal daquilo que pretendiam realizar, mas não tinham nada formalizado. O Plano de Negócio propriamente dito foi elaborado posteriormente pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, responsável pelo treinamento e elaboração do projeto de viabilidade do empreendimento, sendo que um Plano de Negócio é:

A formalização das idéias, da oportunidade, do conceito, dos riscos, das experiências similares, das medidas para minimizá-los, das respostas aos pré-requisitos, da estratégia competitiva, bem como do plano de marketing, de vendas, operacional e financeiro para viabilizar o novo negócio. (Degen, 1989: 177).

Enquanto que para Pereira (1995: 31) o Plano de Negócio é um documento escrito que tem o objetivo de estruturar as principais idéias e opções que o empreendedor deverá avaliar para decidir quanto à viabilidade da empresa a ser criada.

Verificou-se que, embora os proponentes não possuíssem um plano formal, ou seja, um documento escrito, todos possuíam a idéia clara daquilo que desejavam realizar. A ausência do plano constituiu-se num dificultador para que o financiamento pudesse ser aprovado com maior agilidade, uma vez que foi necessária a elaboração do Plano pelo SEBRAE, o que resultou na demora da obtenção do financiamento.

Quando questionados se a idéia principal do Plano de Negócio era própria, obtiveram-se os seguintes depoimentos dos entrevistados:

E1 - “Sim a idéia era nossa. A gente vem acompanhando a concorrência e verificamos que as nossas instalações estavam ficando defasadas”.

E2 - “Sim a idéia era minha. Quando me formei fiz um levantamento e constatei que em Maringá e região existem cerca de 800 dentistas e não havia nenhuma empresa especializada exclusivamente em produtos de ortodontia. Através de uma pesquisa constatei que existem aproximadamente 300 profissionais que atuam nessa área somente em Maringá”.

³ Quando mencionados os símbolos E1, E2, E3 e E4, referem-se aos entrevistados 1, 2, 3 e 4.

E3 - “A idéia era nossa, pois a nossa frota era muito velha e os custos de manutenção estavam muito elevados. A partir de um estudo, concluímos que com o valor gasto na manutenção mensal dos veículos era possível pagar o valor das prestações para aquisição de veículos novos”.

E4 - “A idéia era minha mesmo. Fiz uma pesquisa de mercado por conta própria, visando a implantação de uma panificadora, uma vez que já possuía um imóvel no local desejado e não possuía nenhuma panificadora na região. Pesquisei a quantidade de residências e o número de moradores da região para definição da quantidade de pães a ser produzida”.

Percebe-se que os empresários possuem necessidade de realização pessoal como empreendedores do próprio negócio e alimentam grande desejo de conduzirem um negócio próprio. Este desejo de realizar, esta confiança em si mesmo são características que definem o perfil dos empreendedores de sucesso que, de acordo com Prati *apud* Santos (1995:51),

O empreendedor de sucesso acredita em seu trabalho como forma de participação e contribuição social, dedicando-se totalmente ao negócio até que este funcione bem, quase sem sua interferência. É fiel à sua idéia a longo prazo e tem garra para buscar suas metas com afinco, assumindo a responsabilidade pelo seu próprio destino. Isto significa que o empreendedor bem-sucedido tem uma grande dose de confiança em si, sente-se seguro quanto à sua capacidade de trabalho e sabe que pode contar consigo mesmo: quando se propõe a fazer algo é persistente e determinado até conseguir atingir metas.

Para que um empresário se torne um empreendedor não é necessário que ele desenvolva uma idéia nova, algo que ainda não tenha sido pensado ou colocado em prática por outra pessoa; é necessário que o produto ou serviço crie uma nova satisfação para o consumidor.

Para Drucker (1986:29), todas as pequenas empresas novas têm muitos pontos em comum, mas apenas algumas podem ser consideradas empreendedoras. As empresas empreendedoras criam algo novo, algo diferente; elas mudam ou transformam valores.

Um dos fatores que estão presentes nos empreendedores de sucesso diz respeito à ênfase na vontade própria, que é um aspecto importante para o sucesso em quase todas as profissões. Embora seja um aspecto importante, é necessário que o empreendedor de sucesso busque a felicidade e a harmonia nas relações interpessoais, profissionais, sociais e familiares. Quando questionados se consideravam a idéia inovadora e criativa, os empresários entrevistados disseram que:

E1 - “Para o padrão de estabelecimento desse bairro, acho que é inovadora, pois na região em que estamos não existe nenhum mercadinho com esse tipo de instalações.”

E2 - “Considero a idéia inovadora em função do número de dentistas que consomem este tipo de produto e da ausência de uma empresa especializada no ramo”.

E3 - “Consideramos a idéia criativa em função da redução de custos que a substituição da frota vai provocar, além de criar uma maior motivação nos nossos funcionários que terão maior conforto e segurança no trabalho.”

E4 - “Considero que seja uma idéia inovadora, pois não existe nenhuma panificadora na região”.

Constatou-se que os empresários entrevistados apresentaram algum grau de inovação e criatividade em suas idéias, que podem ser consideradas fatores favoráveis à sua permanência e crescimento no mercado em que estão inseridas.

Para Drucker (1986:75), *oportunidades exigem mais do que sorte ou intuição, elas exigem que a empresa busque a inovação, organize-se adequadamente e seja administrada de maneira a poder explorá-la.*

Já para Santos (1995: 24),

... todos os empreendedores são inovadores: querem fazer produtos ou prestar serviços diferenciados capazes de satisfazer necessidades demonstradas por seus clientes. Os empreendedores ainda mais inovadores ousam criar produtos e serviços capazes de despertar necessidades latentes, mas ainda não manifestas dos seus futuros clientes, criando e explorando espaços novos no mercado.

Quando questionados se estavam seguros quanto à idéia de implantar um novo negócio, se possuíam uma visão do futuro, ou seja, de onde desejavam que a empresa estivesse no futuro, os depoimentos foram os seguintes:

E1 - “Estamos tão seguros que compramos os “check outs” e as gôndolas antes da aprovação do financiamento, devido a nossa confiança no negócio. Quanto ao futuro a intenção é aumentar a participação no mercado, mas ainda não temos nada formalizado.”

E2 - “Sim eu não tenho a menor dúvida quanto ao sucesso do empreendimento, em função do grande mercado a ser explorado (dentistas) e das boas perspectivas para o futuro. Quanto ao futuro, pretendo importar os equipamentos diretamente dos fabricantes, visando uma redução de custos para ampliar a minha participação no mercado de aparelhos odontológicos”.

E3 - “Sim estamos seguros quanto à implantação do plano, uma vez que analisamos o custo/benefício e verificamos que o empreendimento é viável. Quanto ao futuro a intenção nossa é aumentar a participação no mercado, mas não possuímos nada formalizado”.

E4 - “Estou seguro, pois o valor das prestações se enquadra no meu orçamento, uma vez que possuo outras atividades, e caso o empreendimento não dê certo, tenho outras fontes para liquidar as prestações. No futuro pretendo expandir a lanchonete e transformá-la em uma panificadora.”

Os entrevistados demonstraram-se seguros quanto ao sucesso dos empreendimentos. Todos estão assumindo riscos viáveis e possíveis, além de estarem confiantes daquilo que estão fazendo.

Quanto à visão de futuro, os entrevistados disseram não possuir uma visão precisa da posição que desejam ocupar mais adiante.

Segundo Filion (1993: 53),

... visão é definida como uma projeção: uma imagem, projetada no futuro, do lugar que o empreendedor deseja que seu produto venha ocupar no mercado. É, também, uma imagem do tipo da empresa necessária para alcançar esse objetivo. Em suma, visão refere-se a onde o empreendedor deseja conduzir seu empreendimento.

Neste aspecto observa-se que os empresários objeto dessa pesquisa possuíam apenas uma idéia sobre o futuro da empresa. Nenhum deles possuía claramente um objetivo definido, ou seja, uma visão clara do futuro, com relação ao lugar que sua empresa ou produto deveria ocupar dentro de um futuro próximo.

Quando indagados se o risco a ser assumido no empreendimento os assustava, os depoimentos foram os seguintes:

E1 - “O risco não assusta. Só vamos necessitar de alguns meses de carência. A intenção para o futuro é aumentar a participação no mercado com as melhorias que estão sendo feitas.”

E2 - “Não o risco não assustou, até porque, a empresa está caminhando bem, com boas perspectivas, além do que, o valor do investimento é relativamente baixo e estamos convictos do sucesso do empreendimento.”

E3 - “O risco não nos assustou porque, como já foi dito, o valor das prestações será inferior aos custos de manutenção que possuímos hoje”.

E4 - “O risco não assusta porque o valor da prestação se enquadra no meu orçamento, e caso haja um insucesso terei condições de honrar o financiamento”.

Embora os riscos estejam presentes para os empreendedores, todos eles estão dispostos a assumi-los e possuem condições de suportá-los no caso de um insucesso.

Os entrevistados mostraram-se confiantes quanto ao sucesso de seus empreendimentos, além de estarem dispostos a assumir os riscos de um eventual fracasso.

Para Drucker (1986:196),

... toda atividade econômica é, por definição, de alto risco. E defender o ontem, isto é, não inovar, é muito mais arriscado do que fazer o amanhã. (...) os empreendedores de sucesso não são 'assumidores de risco'. Eles procuram definir os riscos que têm que incorrer e tentam minimizá-los ao máximo.

Esse enfoque converge com a posição de Prati *apud* Santos (1995: 46): *o empreendedor bem sucedido corre riscos viáveis, possíveis (...).*

Quando perguntado sobre qual o motivo, ou quais os motivos que fizeram conduzir o empreendimento adiante, e quais as principais dificuldades enfrentadas para obtenção do financiamento, obtiveram-se os seguintes depoimentos:

E1 - “O motivo é acreditar no negócio, uma vez que é a nossa única fonte de renda e por isso investimos tudo no nosso objetivo. A dificuldade maior diz respeito à burocracia. Acho que o andamento dos processos deveria ser mais rápido, além disso as garantias

exigidas são muito altas, além da hipoteca do prédio que vale quatro vezes o valor do financiamento, ainda foi solicitado o aval do Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas - FAMPE.”

E2 - “O motivo principal é o fato de acreditar naquilo que estou fazendo, aliado as boas perspectivas para o futuro. A dificuldade maior é a falta de um padrão no atendimento, precisei retornar várias vezes à Sala do Empreendedor e cada vez que voltava diziam que faltava um determinado documento”.

E3 - “O motivo foi a confiança que possuímos na empresa e a necessidade de modernização para conseguirmos permanecer no mercado. Não tivemos dificuldades para conseguir o financiamento, por que (*sic*) já somos clientes do Banco e também porque oferecemos as garantias exigidas.”

E4 - “O motivo foi a vontade de montar um negócio próprio. (...) Não tive grandes dificuldades, pois logo de cara já ofereci as garantias solicitadas, mais (*sic*) acho que o processo para conseguir o financiamento é muito burocrático, especialmente a elaboração do Plano de Negócio.”

Os entrevistados demonstraram-se confiantes quanto ao sucesso de seus empreendimentos. Constatou-se, ainda, que os empreendedores estão determinados quanto ao objetivo a que se propuseram, mantendo-se otimista e auto-motivados, mesmo diante das dificuldades enfrentadas para a obtenção do financiamento.

Como já mencionado, o empreendedor confia em si mesmo; é tenaz, firme e resistente ao enfrentar dificuldades; é otimista, sem perder o contato com a realidade; mantém a auto-motivação, mesmo em situações de fracasso.

Embora tenham encontrado dificuldades para obtenção do financiamento, seja por questões de ordem burocrática, ou pela exigência de garantias, todos mantiveram-se firmes no propósito de atingir seus objetivos; foram firmes, persistentes e demonstraram confiança em seus projetos.

CONCLUSÃO

Através da pesquisa foi possível concluir que os empresários que obtiveram o financiamento possuem os requisitos básicos que compõem as características de um empreendedor, ou seja, eles são pessoas confiantes em si mesmas, motivadas pelo desejo de realizar, sabem onde pretendem chegar, são persistentes na busca de seus objetivos, demonstram capacidade de criar e inovar e assumem riscos viáveis e possíveis.

As principais dificuldades enfrentadas pelos empresários para a obtenção do crédito oferecido pelo Programa Brasil Empreendedor foram a ausência de um Plano de Negócio formal. Para a formalização do plano de negócios os proponentes tiveram que recorrer ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, o que tornou o processo lento e burocrático.

O fator que realmente determinou a aprovação do crédito foi a apresentação de garantias exigidas pelo agente financeiro. Mas é possível afirmar que o espírito empreendedor

dos empresários foi o responsável pela manutenção da confiança, da persistência para atingir os objetivos e, por fim, destaca-se a viabilidade dos projetos apresentados.

Concluiu-se, também, que os entrevistados apresentam características de empreendedores e operadores de pequenos negócios, conforme descrito no trabalho realizado por Filion (1999), ou seja, podem ser classificados como O lenhador:

Os lenhadores são pessoas que não gostam de multidões. São ambiciosos e têm aptidão para o trabalho duro. Gostam de fazer as coisas, centralizando suas decisões e atuando com um baixo nível de delegação. (p. 7).

Essa característica é predominante em todos os empresários objeto da pesquisa, talvez em função do tamanho das organizações. O operador de pequenos negócios freqüentemente procura negócios comuns às suas próprias habilidades.

Aliadas às características de operadores de pequenos negócios, apresentam, também, virtudes de empreendedores, que segundo Blais & Toulouse *apud* Filion (1999: 18) *tem sonhos realistas, ou visões com cuja realização estão comprometidos (...).*

Entendemos que o baixo nível de aprovação de financiamentos é decorrente da exigência de garantias, que muitas vezes inviabilizam negócios que poderiam tornar-se grandes empreendimentos.

Acreditamos que o Programa poderia atender um número maior de empreendedores caso o Governo assumisse parte dos riscos envolvidos nos financiamentos, através da criação de mecanismos que funcionassem como garantidores de crédito, visando possibilitar acesso ao financiamento para empreendedores que não dispusessem de garantias exigidas pelos agentes financeiros.

Desta forma, conclui-se que, embora os objetivos do Programa Brasil Empreendedor sejam válidos, os financiamentos não estão atingindo o resultado esperado, que é o de impulsionar a economia, gerando empregos e contribuindo para a melhoria da renda da população.

No Brasil, uma das alternativas para impulsionar os novos negócios seria a obtenção de financiamentos através das empresas de capital de risco – empresas que investem em novos negócios potenciais –, mas ainda existem poucas empresas atuando neste segmento. Por isso, intervenção de programas governamentais, como o Programa Brasil Empreendedor, torna-se de suma importância para alavancar o progresso econômico da nação.

Ressalta-se que os resultados obtidos através da pesquisa são válidos para uma realidade localizada, pois a pesquisa foi realizada exclusivamente com os beneficiados pelo Programa Brasil Empreendedor da cidade de Maringá.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DEGEN, Ronald Jean. **Empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship):** prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1986.

FILION, Louis Jaques. Diferenças entre Sistemas Gerenciais de Empreendedores e Operadores de Pequenos Negócios. In: **RAE**. São Paulo: FGV, out./dez. 1999. nº 4, p, 6-20.

FILION, Louis Jaques. O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações .In **RAE**. São Paulo: FGV, jul./set. 1991. p. 63-71.

FILION, Louis Jaques. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. In **RAE**. São Paulo: FGV, nov./dez. 1993. p. 50-61.

FILION, Louis Jaques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. In **RAUSP**. São Paulo: USP, abr./jun. 1999, nº 2, p. 05-28.

PASSARELA, Wanderlei. A seleção das melhores oportunidades de negócios. In: **Criando seu próprio negócio: Como desenvolver o potencial empreendedor** (Org) Silvio A. Santos & Heitor J. Pereira. Brasília: SEBRAE, 1995.

PRATI, Vera. O empreendedor: descoberta e desenvolvimento do potencial empresarial. In: **Criando seu próprio negócio: Como desenvolver o potencial empreendedor** (Org) Silvio A. Santos & Heitor J. Pereira. Brasília: SEBRAE, 1995.

SELLTIZ, Claire et al. **Métodos de pesquisa nas relações sociais:** delineamento de pesquisa. 2. ed. São Paulo: E.P.U., 1987. v. 3.