

CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DO EMPREENDEDOR ALEGRETENSE NAS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

Rafael Augusto Dill¹

RESUMO

O conceito de empreendedorismo tem sido um tema bastante recorrente e muito difundido no Brasil, nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990. A popularidade do termo empreendedorismo surge no meio empresarial através da preocupação que as pessoas têm em criar pequenas empresas duradouras e competitivas no mercado, tendo recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe. O empreendedorismo pode ser definido como o envolvimento de pessoas na transformação de ideias em oportunidade, em que ocorre a criação de novas formas de organização, produtos e serviços, inseridas dentro de um ambiente empresarial. Aquelas pessoas que iniciam ou operam um determinado negócio para realizar uma ideia ou algum projeto pessoal, assumindo os riscos e as responsabilidades, podem ser consideradas empreendedoras, não envolvendo apenas os fundadores, mas membros das gerações anteriores e os gerentes-proprietários que compraram empresas já existentes no mercado. Continuamente, inúmeras pessoas, desde jovens a pessoas adultas, pertencente a todas as classes sociais inauguram novos negócios, fortalecendo o crescimento econômico e a geração de novos empregos. O mercado recompensa o empreendedor que tem uma visão estratégica voltada para o futuro, criador de soluções e inovações, zeloso no atendimento ao cliente e que sabe como gerir o negócio com profissionalismo, conhecimento e seriedade. Nesse contexto, o trabalho buscou verificar através da realização de uma pesquisa voltada para as Micro e Pequenas Empresas da cidade de Alegrete, qual é o perfil do empreendedor alegretense, analisando vários aspectos através da aplicação de um questionário. No total, foram entrevistados 528 empreendedores do município, atuantes nos mais variados segmentos de mercado. Dessa maneira foi possível verificar quais as características do empresariado local, identificando alguns percentuais que se assemelham com os índices estaduais e nacionais.

Palavras – chave: Empreendedorismo; Empreendedor; Crescimento econômico.

DESCRIPTION OF THE ENTREPRENEUR PROFILE ALEGRETENSE IN MICRO AND SMALL BUSINESSES

ABSTRACT

The conception of entrepreneurship has been a recurrent theme and it has been spread out a lot in Brazil in the last few years, becoming stronger in the decade of the 90's. The popularity of the word entrepreneurship has arisen in the executive world through the idea of creating small businesses which should be competitive and durable in the market, getting special attention from the government and associations. A good definition for entrepreneurship is related to people's involvement to make ideas become opportunities when new ways of organization, products and services are created inside an entrepreneurial environment and spirit. People who start or take over a business in order to accomplish an idea or personal project, taking risks and take on responsibilities can be considered entrepreneurs. This process involves not only the founders, members of previous generations, managers and partners who have purchased companies which existed in the market before. Continuously a variety of people, including youngs and adults who belong to all strata open new businesses, strengthen the economical development and improving employment. The market awards the entrepreneur who has a strategic vision for the future, who finds solution and innovates, the one who cares the good treatment to the client and knows how to manage the business, using professional behavior, know how and reliability. Based on this context, this paper checked out the entrepreneurs' profile in Alegrete conducting a survey, which analysed the related aspects. A number of five hundred twenty eight entrepreneurs who act in varied segments of the market were surveyed. After that, it was possible to know the features of the local enterprising and some percentage were identified to be similar to national and state index.

Key words: Entrepreneurship; Entrepreneur; Economical development.

¹Pós - Graduado em Gestão Empresarial; Universidade da Região da Campanha (URCAMP), Campus Alegrete/RS. E-mail: kakadill@yahoo.com.br

1 INTRODUÇÃO

A iniciativa das pessoas de criar um negócio próprio vem crescendo a cada dia mais no Brasil, envolvendo pessoas dispostas a vencer as dificuldades e administrar os riscos do mercado. A importância da criação de novos negócios, seguido da qualificação das pessoas interessadas em iniciar um negócio próprio tem atraído a atenção de universidades, governos e instituições privadas, demonstrando que o empreendedorismo é considerado uma forma de criação e inovação, sendo o principal fator promotor do desenvolvimento econômico e social de um país.

O preparo e a autoconfiança fazem parte do potencial de um empreendedor para iniciar um negócio próprio, estando diretamente ligado ao conhecimento, à capacidade gerencial e o domínio sobre a complexidade do ramo de atuação escolhido. Algumas características presentes nos empreendedores advêm do nível de escolaridade e da cultura presente na sua formação.

Os empreendedores são pessoas que têm habilidades de ver e avaliar oportunidades de negócios no mercado, sendo consideradas pessoas altamente motivadas capazes de assumir riscos para atingirem seus objetivos. Normalmente possuem características diferenciadas como originalidade, flexibilidade e facilidade nas negociações, iniciativa, otimismo, autoconfiança, intuição e visibilidade para negócios futuros.

Há muitos motivos que levam as pessoas almejar a conquista do seu próprio negócio e a estarem dispostas a assumir os papéis e os riscos de um novo empreendimento. Alguns dos motivos mais comuns são as oportunidades que vão surgindo no mercado e a necessidade de fazer algo para suprir a demanda particular, muitas vezes baseada na vontade de ganhar mais dinheiro.

A cidade de Alegrete é constituída por inúmeras empresas que foram criadas recentemente e algumas com vários anos de existência, desse modo, o trabalho buscou identificar qual o perfil do empreendedor que possui Microempresa e Empresa de Pequeno Porte constituída na cidade de Alegrete, assim como elencar fatores de sucesso como forma de aperfeiçoar e melhorar o potencial das empresas analisadas, de acordo com a revisão da bibliografia.

Portanto, o foco da pesquisa está direcionado a coletar informações capazes de mencionar as características das pessoas que estão à frente das empresas na cidade de Alegrete, identificando o perfil presente nas pessoas que criaram e conduzem as empresas atualmente. Os dados e as

informações geradas pela pesquisa irão enriquecer o conhecimento sobre a atividade empreendedora e sobre os empreendedores do município.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO E A DEFINIÇÃO DE EMPREENDEDOR

No Brasil o conceito de empreendedorismo vem sendo muito difundido por questões de interesse das pessoas pelo assunto, onde estas estão criando pequenas empresas que necessitam permanecer no mercado com a obtenção de lucro. Nos últimos anos, após tentativas de estabilizar a economia brasileira, as empresas tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos para manter-se no mercado.

Como consequência imediata houve um aumento do índice de desemprego, principalmente nas grandes cidades, e sem alternativas para trabalho os ex-funcionários começaram a criar e desenvolver seu próprio negócio, tentando se tornar jovens milionários, independentes, donos do próprio nariz.

Portanto, começa a predominar o empreendedorismo, que surge como uma consequência das mudanças tecnológicas e a sua rapidez, não sendo considerado apenas um modismo. A competição na economia, as oportunidades de mercado e a necessidade de aumentar os ganhos financeiros, são fatores que forçam os novos empresários a adotar modelos de gestão diferentes em relação ao mercado dos negócios (DORNELAS, 2008).

O processo de gerar riqueza é tido como empreendedorismo, onde os indivíduos acabam assumindo riscos em busca de patrimônio e comprometimento com a nova carreira. Para Hisrich (2009, p. 30), a definição mais completa de empreendedorismo é compreendida como:

O processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

Desta maneira um novo negócio acaba sendo criado através de um conjunto de fatores, em que ocorre uma ação empreendedora por uma pessoa que visualiza uma oportunidade de lucro no mercado. O processo de empreender é a ação de buscar um novo empreendimento, onde acaba sendo desenvolvida uma oportunidade, superando as forças e as barreiras que resistem à criação de algo novo.

O preço do sucesso e da independência econômica requer que o empreendedor tenha predisposição e criatividade, tendo que conhecer a fundo as características e as peculiaridades da sua escolha. O espírito empreendedor deve despertar na pessoa a curiosidade de entender e

conhecer o produto ou serviço oferecido, a estratégia competitiva, como os clientes são atraídos, como devem ser atendidos e se estão satisfeitos.

A disposição de assumir riscos por parte dos candidatos a empreendedores varia de acordo com o preparo e o conhecimento de cada um, devendo estes estar sempre preparados para enfrentar novos desafios. Quando uma pessoa possui autoconfiança e a disposição necessária exigida pelo mercado e pelo ramo de atuação escolhido, o negócio que será implantado tem grandes chances de trazer resultados positivos (DEGEM, 2009).

Portanto, é preciso deixar bem claro que os empreendedores não são pessoas do outro mundo, são deste mundo mesmo. São pessoas simples que de alguma maneira souberam aproveitar uma oportunidade no mercado ou enfrentaram riscos para colocar em prática ideias e a vontade de poder administrar seu próprio negócio.

O empreendedor possui um tipo de comportamento que abrange iniciativa, organização e coragem, a fim de transformar recursos e situações em um negócio, disposto a aceitar riscos e fracassos. O termo empreendedor – do francês Entrepreneur – significa aquele que assume riscos e começa algo novo. No que diz respeito à definição de empreendedor, pode ser considerado como “ a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando constantemente” (CHIAVENATO, 2008, p. 3).

Essas pessoas podem nascer com espírito empreendedor e também podem ser formadas ao longo do tempo, adquirindo experiência no seu próprio negócio ou em algum trabalho executado anteriormente a abertura da empresa. De certa forma, são reconhecidos pela sua capacidade, pela sua ousadia, pelas suas quedas e pelo seu recomeço. Normalmente são influenciados em parte pela genética, em parte pela formação familiar, pelas experiências profissionais e também pelo ambiente econômico.

2.2 MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA

Hoje, com a redução dos postos formais de trabalho que se identifica no Brasil o empreendedorismo passa a ser visto como uma opção de carreira e uma forma de absorver os diplomados que não conseguem se colocar no mercado de trabalho.

A motivação para iniciar um novo negócio é a busca de um objetivo ou meta na vida de uma pessoa. Dessa maneira são descritas três características básicas que identificam o espírito empreendedor e a vontade de empreender de acordo com Chiavenato (2008), sendo elas a necessidade de realização, disposição para assumir riscos e a autoconfiança.

Normalmente a ação empreendedora é intencional e os empreendedores buscam fatores motivacionais que influenciam no comportamento, indicando a intensidade com que as pessoas irão tentar o sucesso e o quanto pretendem se esforçar para concretizar o que fora planejado (HISRICH, 2009).

Em geral, quanto mais forte à intenção de empenho em um comportamento, tanto maior será a probabilidade de o praticarem, sendo maior ainda quando a ação de abrir um novo negócio é percebida como viável e desejável. Portanto, Hisrich (2009, p. 80), afirma que `` quanto mais alta forem à predisposição percebida e a viabilidade, tanto mais firme será a intenção de agir de modo empreendedor´´.

Dessa maneira, podemos dizer que as pessoas se tornam empreendedoras porque querem e desejam novos desafios, e quanto mais forte for à intenção de ser um empreendedor, tanto maior será a probabilidade da abertura de um novo negócio acontecer.

2.3 O NOVO MODELO ECONÔMICO

A maior parte dos negócios criados no país é concebida por pequenos empresários, que nem sempre possuem conceitos de gestão de negócios, atuando geralmente de forma empírica e sem planejamento. Isso se reflete diretamente no índice de mortalidade dessas pequenas empresas, em alguns casos, superando 50% nos primeiros anos de atividade (DORNELAS, 2008).

O empreendedor deve ficar atento ao ambiente de negócios e sempre buscar a implantação de novas tecnologias e inovação constante, de forma contínua, por assim como melhoram as condições e as facilidades de se abrir um novo negócio a concorrência aumenta nas mesmas proporções. A estabilidade econômica e o maior preparo dos empreendedores, atualmente com mais acesso a informação e possibilidades de capacitação, torna o ambiente dos negócios mais competitivo e requer um bom planejamento para o sucesso da empresa.

Para Hisrich (2009), o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve o início e a construção de mudanças na estrutura de um novo negócio e nas atividades desenvolvidas pela sociedade. As mudanças que ocorrem são acompanhadas do crescimento e pelo aumento da produção, permitindo mais riqueza aos empreendedores envolvidos.

O fato de que a criação de novas empresas influencia no crescimento da economia está fazendo com que alguns governos passem a demonstrar maior interesse na promoção do empreendedorismo. As pessoas são estimuladas a formar novas empresas e acabam recebendo apoio governamental, como vantagens nos impostos, prédios, estradas, e um sistema de comunicação para facilitar a criação da empresa.

2.4 ESTÁTISTICAS

Segundo os dados publicados pelo GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2012), as microempresas e empresas de pequeno porte representam na Economia Brasileira 99% do total de empresas constituídas no país e 52% do saldo de empregos formais. As microempresas e pequenas empresas são responsáveis por 70% da geração de empregos no país e por 40% da massa salarial, com participação de aproximadamente 25% no PIB nacional.

Uma rápida análise dos dados do GEM e do SEBRAE mostram também que 1 (um) em cada 4 (quatro) brasileiros têm um negócio próprio ou estão envolvidos na criação de sua empresa, totalizando 27 milhões de empreendedores no Brasil. Essa quantidade de empreendedores faz com que o Brasil seja o 3º colocado no ranking mundial, perdendo apenas para a China e para os EUA no número de empreendedores constituídos.

Os dados revelam que o Brasil pode ser considerado um país empreendedor perante o cenário mundial, mas a criação de empresas por si só não leva ao desenvolvimento econômico, a não ser que esses negócios estejam focando oportunidades no mercado.

3 METODOLOGIA

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Com base nos procedimentos técnicos, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, de modo a identificar alguns conceitos referentes ao empreendedorismo e aos empreendedores, identificando alguns motivos que levam uma pessoa a criar um novo negócio, aumentando o aprendizado sobre área empresarial. A pesquisa bibliográfica abrange toda bibliografia publicada em relação ao tema estudado, agregando valor com o que foi descrito pelo pesquisador, Marconi e Lakatos (2006).

Posteriormente foi realizada uma coleta de dados em órgãos municipais e federais do município de Alegrete, visando buscar números referentes às empresas existentes, para que possa ser realizado o cálculo da taxa amostral.

Com o objetivo principal de caracterizar o perfil do empreendedor Alegretense foi realizada uma pesquisa de campo para coleta de dados sobre o tema em questão. Foi elaborado um

questionário com 16 perguntas, divididas em fechadas e algumas de múltipla escolha, enviado inicialmente por e-mail para algumas empresas e posteriormente a realização de uma visita pessoalmente nas empresas instaladas na cidade, a fim de obter um enfoque quantitativo das questões elaboradas.

A pesquisa utilizada para o presente estudo será descritiva, visando identificar e analisar as características que se relacionam com os objetivos. De acordo com Netto (2008), este tipo de pesquisa é considerado um estudo de caso onde, após a coleta dos dados, é realizada uma análise entre as variáveis presentes nas respostas para uma posterior conclusão. Após análise é possível entrar no mérito dos conteúdos propostos da pesquisa e comparar os dados coletados com as estatísticas de estudos semelhantes.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

De acordo com dados obtidos na Secretaria de Finanças do município de Alegrete, pegando como base a Inscrição Municipal (alvará) atualizado no mês de dezembro do ano de 2013, o município de Alegrete possui 7.153 contribuintes ativos.

Deste total, foram excluídas entidades sem fins lucrativos, ambulantes, cooperativas, grandes redes, empresas de médio e grande porte, autônomos e microempreendedores individuais, com o objetivo de obter o quantitativo de microempresas e empresas de pequeno porte, foco principal da pesquisa.

Sendo assim, o município de Alegrete possui cerca de 4.700 microempresas e empresas de pequeno porte ativas e em pleno funcionamento, sendo este, o quantitativo utilizado para calcular a taxa de amostragem.

A escolha de tal metodologia possibilitou aos pesquisadores, além da visita a um pequeno empreendimento, conhecer empreendedores e perceber, na prática, a dinâmica de funcionamento de um negócio, sendo várias as percepções resultantes do relato dos respondentes que nem sempre podem ser compreendidas de forma isolada ou fora de tal contexto. O cálculo utilizado na pesquisa pode ser observado na fórmula descrita abaixo, de acordo com Cavalcanti, (2010):

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = tamanho da amostra

N = tamanho da população

p = percentual observado na pré-amostra. Caso não realize pré-amostra, então os valores de p e q serão $p = 0,50$ e $q = 0,50$.

q = o que falta em p para completar 100 %

e = erro máximo aceitável na pesquisa

Z = valor tabela correspondente ao nível de confiança da pesquisa.

Para o presente estudo o cálculo da amostra foi realizado com uma margem de erro de 3% e com nível de confiança de 96 %, durante o período de 03 meses, compreendidos no mês de dezembro de 2013 e nos meses de janeiro e fevereiro de 2014. Vale lembrar que durante a pesquisa não foi realizada pré - amostra da população estudada.

Conforme o cálculo da taxa amostral descrito abaixo, o número de empreendedores que deveriam ser entrevistados era de 523, porém o questionário foi respondido por 528 empreendedores do município de Alegrete, sendo estes de ramos distintos. Segue abaixo a resolução do cálculo da taxa amostral utilizado no presente estudo, de acordo com Cavalcanti (2010):

$$n = \frac{2,05^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 4.700}{0,03^2 \times (4.700 - 1) + 2,05^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{4,20 \times 0,50 \times 0,50 \times 4.700}{0,0009 \times 4.699 + 4,20 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{4.935}{4,23 + 5,2} = \frac{4.935}{9,43} = 523,32$$

4 ANÁLISE DOS DADOS

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA

O segmento das microempresas e empresas de pequeno porte requer uma atenção especial, pois acabam sendo as de maior faturamento anual e que em geral geram mais empregos no Brasil. Por isso mesmo, é o segmento que apresenta maior possibilidade de fazer com que a contribuição dos pequenos negócios na economia nacional dê um salto, aproximando também nesse quesito o Brasil dos países desenvolvidos.

De acordo com a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei nº 123/2006), consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas.

As empresas industriais estão classificadas segundo seu porte: número de empregados e faturamento anual. Para o presente trabalho a classificação foi definida pelo faturamento, no caso da microempresa, ela deve ter um faturamento em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e no caso da empresa de pequeno porte a receita bruta deve ser superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) no ano-calendário.

A base utilizada para definição do porte da empresa no presente estudo, ou seja, a receita bruta de acordo com a Lei nº 123/2006 é o produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em conta alheia, não incluídas as vendas canceladas e os descontos incondicionais concedidos.

4.2 RESULTADOS OBTIDOS

O presente trabalho buscou disponibilizar informações relevantes sobre os donos de Negócio do município de Alegrete.

Atualmente noventa e nove por cento das empresas no País são empreendimentos de micro e pequeno porte, portanto, seus donos tendem a ser donos de “Pequenos Negócios”, IBGE (PNAD, 2011). No município de Alegrete, desconsiderando os microempreendedores individuais chegamos a um número idêntico ao do Brasil, prevalecendo os mesmos 99% de microempresas e empresas de pequeno porte estabelecidas.

4.2.1 Maneira que se tornou dono do empreendimento e o motivo da sua abertura

A decisão de tocar seu próprio negócio deve ser muito clara e o empreendedor deve estar comprometido com ela. Grande parte das empresas constituídas hoje na cidade de Alegrete foram fundadas pelos atuais proprietários, atingindo mais de 70 % como pode ser visto na tabela abaixo:

Tabela 01 – Maneira que iniciou o negócio

Como se tornou dono da empresa	%
Fundou	71,3%
Comprou	20,7%
Herdou	5,0%
Outros	3,1%

Fonte: dados da pesquisa

Quando uma pessoa visualiza uma oportunidade para criar seu próprio negócio, ela precisa superar as forças que resistem à criação de algo novo. Muitas vezes esta oportunidade não foi

percebida pelo interessado, mas sim, a abertura do novo negócio é para garantir a sua sobrevivência. Desta maneira, 72,9% dos empreendimentos do município de Alegrete foram desenvolvidos através de uma oportunidade de mercado visualizada pelo atual proprietário.

Tabela 02 – Motivação empreendedora

Motivo da abertura da Empresa	%
Necessidade	27,1%
Oportunidade no mercado	72,9%

Fonte: dados da pesquisa

Geralmente, a ação empreendedora é intencional e possui algum fato motivador. O percentual de 27,1% representa pessoas que de alguma maneira não tinham outra saída a não ser criar algo para sobreviver, porém muitas hoje possuem empresas bem constituídas no mercado local.

Portanto, o empreendedorismo por oportunidade é aquela pessoa que cria uma empresa com algum planejamento prévio, tendo em mente o crescimento que quer buscar para a empresa. O empreendedorismo por necessidade é quando a pessoa se aventura por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho (DORNELAS 2008).

4.2.2 Faixa etária e sexo

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (2011), no Brasil 69% dos Donos de negócio são homens e 31% mulheres. No estado do Rio Grande do Sul este número é de 71% de homens e 29% de mulheres. De acordo com a pesquisa realizada no presente trabalho, no município de Alegrete este número é bastante semelhante, pois os homens representam 66,09 % dos empreendedores enquanto as mulheres representam apenas 33,91%.

A proporção de mulheres é relativamente baixa na maioria dos casos, porém os homens com idade superior a 31 anos representam 86% dos entrevistados, enquanto as mulheres representam 76%, demonstrando que as mulheres estão desenvolvendo novos empreendimentos neste novo cenário empresarial. Em se tratando da idade dos empreendedores, o município de Alegrete possui 30% de empreendedores com idade superior a 50 anos e apenas 18 % com idade de 20 a 30 anos. A massa dos empreendedores concentra-se na idade entre 31 a 50 anos, conforme pode ser visto na tabela 03:

Tabela 03 – Faixa Etária

Idade	%
Entre 20 a 25 anos	6,8%
Entre 26 a 30 anos	9,9%
Entre 31 a 40 anos	23,8%
Entre 41 a 50 anos	28,7%
Mais de 50 anos	30,8%

Fonte: dados da pesquisa

Os jovens empreendedores ainda são poucos no município, pois muitas vezes estes estão cursando o ensino superior para depois decidir o futuro de suas carreiras. Sendo assim, mais de 83% dos empreendedores possuem idade superior a 31 anos.

Embora uma carreira possa ser iniciada antes ou depois, isso não tem como ser algo bem definido, porém é necessário experiência, apoio financeiro e um grau de energia para criar um novo empreendimento, alavancando o mesmo para o sucesso (HISRICH, 2009).

4.2.3 Naturalidade

Em se tratando da naturalidade dos empreendedores instalados no município de Alegrete, a pesquisa faz uma referência ao local de nascimento dos mesmos, buscando identificar a quantidade de pessoas que estão empreendendo no município de Alegrete oriundas de outros lugares. Conforme tabela abaixo é possível perceber que quase 60% dos empreendedores nasceram no município de Alegrete, porém o número de empresas conduzidas por pessoas de outros lugares é bastante relevante.

Tabela 04 - Naturalidade

Cidade	%
Alegrete	59,6%
Outra cidade do RS	37,7%
Cidade de outro Estado	2,3%
Cidade de outro país	0,4%

Fonte: dados da pesquisa

4.2.4 Formação acadêmica

O nível educacional também recebeu atenção significativa durante a realização da pesquisa. Ainda que uma educação formal não seja necessária para criação de um novo empreendimento, ela pode oferecer uma base de conhecimentos para otimizar a atividade empresarial, em especial quando tem ligação com a área do empreendimento (HISRICH, 2009).

Dos empreendedores pesquisados, 26% têm curso superior completo, 16,5%, curso superior incompleto, prevalecendo grande maioria com apenas o ensino médio, atingindo mais de 35% da população analisada. Quase 15% não concluíram o ensino médio, como pode ser observado na Tabela 05:

Tabela 05 – Formação Acadêmica

Formação Acadêmica	%
Pós – Graduação	7,4%
Curso Superior Completo	26,0%
Curso Superior incompleto	16,5%
Ensino Médio Completo	35,2%
Ensino médio incompleto	6,7%
Ensino Fundamental Completo	5,1%
Ensino Fundamental incompleto	3,0%

Fonte: dados da pesquisa

O percentual de 7% dos empreendedores que possui Pós – Graduação representa um número de pessoas bem reduzido. A educação formal pode contribuir para o sucesso dos negócios, não só por ampliar novas propostas, inventar novos produtos ou processos, mas também por ampliar a capacidade de aproveitar oportunidades e gerar conhecimentos para então transformá-los em melhorias para o empreendimento.

Em termos de escolaridade, 49 % dos empreendedores do Rio Grande do Sul possuem no máximo o ensino fundamental incompleto, 12% o fundamental completo, 24% ensino médio completo (ou incompleto), 4% o ensino superior incompleto e 11% declaram possuir ensino superior completo ou mais. No Brasil, em termos de escolaridade, 47% dos donos de negócio têm até o fundamental incompleto, 11% têm o fundamental completo, 28% têm o ensino médio completo (ou incompleto), 3% têm o ensino superior incompleto, 10% possuem o ensino superior completo ou mais e 0,2% não declararam o nível de escolaridade, IBGE (PNAD, 2011).

4.2.5 Estado civil e definição de prioridade

No que diz respeito ao estado civil dos empreendedores alegretenses, grande maioria possui cônjuge e uma família constituída. Este percentual pode ser visto mais detalhado na tabela abaixo, e tem ligação com a idade dos empreendedores, que conforme analisado no item anterior, 83% possuem idade acima de 31 anos.

Tabela 06 – Estado Civil

Estado Civil	%
Casado	64,3%
Solteiro	22,3%
Divorciado	11,3%
Outro	2,1%

Fonte: dados da pesquisa

Ser dono de um negócio implica também implementar um estilo de vida definido e uma estrutura administrativa, determinando variáveis para o sucesso do empreendimento. Ao analisar a prioridade dos empreendedores, sendo empresa ou a família, a família ficou em primeiro lugar com 70% da opção dos entrevistados. Embora a maioria dos empreendedores passe grande parte do dia focado na empresa, apenas 30% dizem priorizar a empresa, demonstrando de maneira geral que, apesar do negócio ser responsável por fornecer o sustento, a família é uma opção de segurança.

A preferência em priorizar a empresa ou a família está atrelada a idade e ao estado civil do empreendedor, sendo que das pessoas que possuem entre 20 e 31 anos, 21% priorizam a empresa e apenas 15% dão prioridade a família, sendo grande maioria solteiros nesta faixa etária e com o empreendimento criado recentemente.

4.2.6 Foco principal da empresa

Os empreendedores devem prestar muita atenção e ter bastante cuidado na forma de conduzir a sua equipe de trabalho e a maneira de enxergar o seu empreendimento. Os negócios bem-sucedidos atendem melhor seus clientes do que os medíocres, pendendo para o fracasso geralmente quem não preza pelo bom atendimento (DEGEN, 2009).

Quando perguntado aos empresários qual o foco da empresa, 69,9% responderam ser o atendimento ao cliente, pois os outros fatores seriam apenas uma consequência. Na tabela abaixo pode ser visto mais detalhes deste percentual:

Tabela 07 – Principal Foco da Empresa

Foco da empresa	%
Lucratividade	20,2%
Atendimento ao Cliente	69,9%
Satisfação pessoal do proprietário	7,5%
Colaboradores (Funcionários)	2,5%

Fonte: dados da pesquisa

As grandes mudanças ocorridas no mercado em função da tecnologia e das alterações no comportamento do cliente em todos os segmentos forçaram as empresas ser conhecedoras das

necessidades e expectativas do mercado. Apesar de a grande maioria relatar que o atendimento ao cliente é fator primordial, está opção às vezes não é desempenhada na prática.

Para isto os funcionários devem saber que é muito importante um bom atendimento, e para isto os treinamentos de pessoal se fazem necessários e contínuos.

4.2.7 Participação em cursos e fonte de informação mais utilizada

Devido à concorrência entre as empresas ser bastante acirrada, o empreendedor precisa possuir um diferencial para atrair novos clientes e fidelizar aqueles que costumem comprar na empresa. A capacitação pessoal é muito importante para atualização dos conhecimentos, ainda mais quando se trata de pessoas que possuem algum tipo de negócio.

Além de manter o relacionamento com pessoas do mesmo ramo, o profissional poderá obter novas oportunidades de mercado (HISRICH, 2009). De acordo com a pesquisa, mais da metade dos empreendedores da cidade de Alegrete não costumam participar de cursos e palestras voltadas para melhoria da empresa. Como pode ser visto na tabela 08, cerca de 33% dos empreendedores raramente participam dos cursos oferecidos e 22,8 % nunca participaram de algum curso de capacitação.

Tabela 08 – Capacitação dos Empreendedores

Participação em cursos e palestras	%
Sempre	15,2%
Frequentemente	25,9%
Raramente	33,4%
Nunca	22,8%
Não é o foco da empresa	2,7%

Fonte: dados da pesquisa

Nesse aspecto, um profissional não deve deixar de considerar os benefícios que poderão lhe trazer um curso oferecido por uma instituição, na qual poderá encontrar e conviver com profissionais com os quais poderá trocar experiências e assim crescer profissionalmente.

Sem a participação em cursos e palestras pela grande maioria, as informações devem vir de algum lugar para que os empreendedores possam se manter lucrativos e bem sucedidos no mercado. Visando coletar informações, referente a este assunto, os meios mais utilizados pelos empreendedores para captar conhecimento e desenvolver novas aptidões a fim de aperfeiçoar o empreendimento é a internet, com 57% da intenção dos entrevistados, seguida pelas informações advindas das pessoas do ramo, representando 52%. Estas pessoas do ramo normalmente são fornecedores, empresas concorrentes e outros profissionais a área.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para iniciar um novo negócio é preciso ter um pessoal preparado e saber exatamente qual será o foco da empresa. Independente do ramo de atuação, o mercado recompensa o empreendedor que possui uma visão estratégica voltada para o futuro. Desta maneira, o empreendedor estará no mundo dos negócios acompanhado por oportunidades e ameaças que irão aparecer intempestivamente e sem nenhum aviso prévio.

Para a conclusão do presente estudo, é preciso primeiramente entender que diversas características de personalidade que marcam o perfil do empreendedor podem ser denominadas qualidades essenciais ao sucesso do empreendedor e, conseqüentemente, da organização.

A cidade de Alegrete, da mesma maneira que as outras cidades do Rio Grande do Sul possui uma taxa de 99% de micro empresas e empresas de pequeno porte. Dentro destas empresas constituídas no município de Alegrete, 62% são do ramo do comércio, 20% do ramo de serviços, 14% possui os dois ramos na empresa e apenas 3% é considerada indústria.

Grande parte das empresas da cidade de Alegrete foi fundada pelos próprios empreendedores, e o segmento masculino é o que predomina entre os donos de negócio no município. Apesar de ter pessoas de outras cidades empreendendo no município, os alegretenses são proprietários de mais 60% das empresas constituídas atualmente de acordo com os dados obtidos na pesquisa de campo. Já em relação à sociedade, 72% dos empreendedores conduzem o seu próprio negócio individualmente e 20 % possui um sócio na empresa. A sociedade é composta por mais de três pessoas em 6% das micro e pequenas empresas do município.

Percebeu-se que, dentre os fatores que motivaram os entrevistados a empreender foi o surgimento de uma oportunidade de mercado. Paralelamente a este potencial para o empreendedorismo existe, no entanto, uma realidade marcada por empresas que não conseguem atender às demandas concernentes ao negócio e não sobrevivem aos desafios impostos pelo mercado, fato que está, na maioria das vezes, relacionado à falta de educação formal e a busca de conhecimentos sobre assuntos relevantes que proporcione aos empreendedores qualificação para gerir o negócio.

Por fim, os empreendedores declararam focar principalmente o atendimento ao cliente, apesar de ter sido observado poucas iniciativas concretas que são realizadas na prática para que isso realmente ocorra, proporcionando um diferencial para a organização.

De modo geral, o acompanhamento referente ao posicionamento dos empreendedores de Alegrete sobre os assuntos discutidos no presente estudo e a realização da análise das características

dos mesmos, relacionando com o tema do empreendedorismo, permitiu avaliar o grau de conhecimento dos indivíduos em relação ao tema e o seu potencial para empreender.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Lei Complementar Nº123/2006**: Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, Diário Oficial da União: Brasília, 2006.

CAVALCANTI, Marcelo José. **Metodologia para o estudo de caso**: livro didático. 5. ed. rev. Palhoça: Unisul Virtual, 2010, 169 p.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. 3ª Edição, São Paulo: Saraiva, 2008.

TALES, A.; MARIANO, M. M. et al. **Global Entrepreneurship Monitor**: Empreendedorismo no Brasil. Curitiba: IBQP, 2012.

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

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 3ª Edição, Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

HISRICH, Robert; PETERS Michael; SHEPHERD. Dean, **Empreendedorismo**. 7ª Edição, Tradução Teresa Felix de Souza. Porto Alegre: Bookman, 2009.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011**. Rio de Janeiro, v. 31, p.1-135.

MARCONI, M. A e LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6ª Edição, São Paulo – SP: Atlas, 2006.

NETTO, A. A. O. **Metodologia da Pesquisa Científica**: Guia prático para apresentação de Trabalhos Acadêmicos. 3ª Edição, Florianópolis: Visual Books, 2008.

Sebrae/DIEESE. **Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa**: 2012. Brasília, DF: DIEESE, 284 p.