

EMPREENDEDORISMO E POLÍTICA: UMA SOCIEDADE INSEPARÁVEL.

Iasmim Pereira

Resumo

Ser empreendedor é uma árdua tarefa que exige não apenas persistência, como também força de vontade, inovação e, entre outros, dedicação. Mas um importante aliado do empreendedor pode ser a política que rege o ambiente a que ele se encontra, pois programas de incentivos políticos, reduções de impostos e projetos de qualificação, podem ser tornar vital ao empreendimento. Traçar o perfil dos empreendedores de Quatis e verificar se o sistema político do município está adequado para o desenvolvimento do empreendedorismo na cidade é o propósito deste artigo.

PALAVRRAS CHAVE: Empreendedorismo, perfil do empreendedor, incentivos políticos.

Introdução

O empreendedorismo nunca foi tão discutido e estimulado quanto nos últimos anos. Certamente, a globalização e o desemprego são uns dos grandes aliados para tal acontecimento. Livros como o Segredo de Luiza, revistas especializadas, o Sebrae, sites e até universidade de empreendedor já existem a fim de informar e capacitar empresários. Apesar da existência de tais ferramentas, ainda é grande a mortalidade de pequenas empresas nos primeiros anos por falta de planejamento, conhecimento ou por leis insatisfatórias que na visão da maioria dos empreendedores não favorecem as pequenas empresas.

Este artigo descreve o perfil dos empreendedores de Quatis e qual é a influência que o ambiente exerce sobre ele. A idéia de se fazer este artigo surgiu da necessidade de se entender melhor o desenvolvimento dos empreendedores na era da informação e na era das constantes mudanças em cidades de pequeno porte. Estas mudanças vêm exigindo que não somente os empresários estejam preparados, mas que a política também.

1. Empreendedorismo: Conceito e Evolução do termo

Como o autor Fernando Dolabela mostra em seu livro *Segredo de Luisa*, 14ª edição, pág. 29, o termo Empreendedorismo é uma tradução da palavra *entrepreneurship*, designa uma área de grande abrangência e trata de outros temas, além de criação de empresas; como: geração do auto-emprego (trabalhador autônomo); Empreendedorismo comunitário (como as comunidades empreendedoras); intra – empreendedorismo (o empregado empreendedor) e políticas públicas (políticas governamentais para o setor).

Empreendedorismo não é uma característica de personalidade, embora seja algo distinto, tanto nos indivíduos como nas instituições empreendedoras. O empreendedorismo é tido como um comportamento ou um processo para iniciar e desenvolver um negócio ou um conjunto de atividades com resultados positivos, portanto, é a criação de valor através do desenvolvimento de uma organização. Empreendedorismo não se confunde com empresariabilidade. A cultura empreendedora poderá existir em organizações estatais, organizações não-governamentais (Ongs) ou universidades sem fins lucrativos.

Nos estudos e pesquisas realizados sobre o fenômeno do empreendedorismo, observa-se que não há consenso entre os estudiosos e pesquisadores a respeito da exata definição do conceito de empreendedor. Segundo alguns autores, as dificuldades encontradas para o estabelecimento desta conceituação são decorrentes de concepções errôneas postuladas principalmente pela mídia e o senso comum que, obscurecem e distorcem alguns conceitos. Sendo assim, torna-se necessário estabelecer uma definição objetiva para que se possa desenvolver pesquisas metodológicas mais precisas a respeito.

Um estudo feito pelo SEBRAE nos mostra a evolução do termo empreendedorismo. A palavra empreendedora foi utilizada pela primeira vez na língua francesa no início do século XVI, para designar os homens envolvidos na coordenação de operações militares. Mais tarde, por volta de 1765 o termo começou a ser utilizado na França para designar aquelas pessoas que se associavam com proprietários de terras e trabalhadores assalariados. Contudo, este termo era utilizado também nessa época, para denominar outros aventureiros, tais como: construtores de pontes, empreiteiros de estradas ou arquitetos.

Mais tarde, por volta de 1800 o economista francês Jean Batist Say (1783) utilizou novamente o termo empreendedor em seu livro *Tratado de Economia Política*. Say definiu empreendedor como o responsável por reunir todos os fatores de produção, descobrir no valor dos produtos,

a reorganização de todo capital que ele emprega o valor dos salários, o juro, o aluguel que ele paga, bem como os lucros que lhe pertencem.

Contudo, foi a Inglaterra o país que mais dedicou esforços para definir explicitamente a função do empreendedor no desenvolvimento econômico. Dentre os teóricos que ofereceram uma grande contribuição para o entendimento do fenômeno do empreendedorismo ressaltam-se, Adam Smith e Alfred Marshall.

SMITH caracterizou o empreendedor como um proprietário capitalista, um fornecedor de capital e, ao mesmo tempo, um administrador que se interpõe entre o trabalhador e o consumidor. O conceito de Smith refletia uma tendência da época de considerar-se o empreendedor como alguém que visava somente produzir dinheiro.

Entretanto, o empreendedor foi caracterizado pelo economista inglês Alfred Marshall como alguém que se aventura e assume riscos, que reúne capital e o trabalho requerido para o negócio e supervisiona seus mínimos detalhes, caracterizando-se pela convivência com o risco, a inovação e a gerência do negócio.

Somente em 1911, com a publicação da obra Teoria do Desenvolvimento Econômico de Joseph A. Schumpeter (1985), é que a conotação de empreendedor adquiriu um novo significado. Segundo este autor o empreendedor é o responsável pelo processo de destruição criativa, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros.

2.Características do empreendedor:

O empreendedor começou a despertar interesse e ser estudado por pesquisadores de vários ramos de atividade da ciência como: a psicologia, administração, economia, sociologia, entre outras, que se dedicaram a pesquisar o empreendedor, seu papel, suas características, ocasionando o surgimento de uma variedade de definições.

Segundo dicionário Michaelis (8ª edição, volume 5, ano 1975, pág. 313) “empreendedor é que, ou quem empreende”. Ativo, arrojado... Tenta realizar algo difícil. Já o dicionário Silveira Bueno (ed. rev. e atualizada por Helena Bonita, pág. 234) “empreendedor é quem tenta, inicia, começa, tem iniciativa”.

Em dezembro de 1999 em 703ª edição, a revista Exame, fez uma edição especial (“Empreendedores – os visionários que construíram o capitalismo no Brasil e no mundo neste século”), onde mostra a história dos 20 maiores empreendedores do país e do mundo. Ao ler

estes artigos percebemos que as características em comum desses empreendedores (entre eles Francisco Matarazzo, Deliro Gouveia, Akio Morta e Alfred P. Sloan Jr) é que todos são criativos, inovadores, persistentes, trabalhadores, souberam aproveitar oportunidades, não desistiram, eram sonhadores e gostavam do que faziam.

Anos depois, em 2004, a revista *Você S&A* (72º edição), escreveu sobre “Empreendedores do novo Brasil”. Essas pesquisas mostram que “entre 2001 e 2002 os micros, pequenos e medias empresas, criaram quase 900.000 empregos no país. No mesmo período, as grandes geravam 600.000. As empresas com menos de 100 funcionários criaram 21 vezes mais vagas do que as maiores. Por trás dessas estatísticas está um exercito de 13,5 milhões de empreendedores” (Cássio Henrique Utiyama – revista *Você S&A*, 72º ed., pág. 33).

Ao analisarmos estes novos empreendedores percebemos que eles reúnem as seguintes características: iniciativa e criatividade, valorizam a ética nas relações e estão sempre gerando oportunidade de trabalho. Segundo a revista, estes empreendedores têm faro, ousam, são persistentes, suam a camisa e mantêm uma saudável rede de contato.

Uma outra revista que tratou sobre empreendedorismo, foi a “Pequenas empresas grandes negócios” (176º edição em setembro de 2003), onde mostrou sobre a história do Robson Shiba, que acabou montando uma potência do fast food - China in Box. Shiba percebeu uma oportunidade e investiu com garra, ganância e perseverança. “A gente começa errando muito e aprende, aos poucos, a cometer menos erro. É preciso admitir que não se saiba tudo nos negócios e na vida... para subir novos degraus no mundo dos negócios, precisa continuar a trabalhar duro, dia após dia” (Shiba, revista *Você S&A* 72º edição, pág. 47).

Dois autores muito conhecidos Bateman e Snell no livro *Administração Management “Construindo Vantagens Competitivas”*, acreditam que para serem bem sucedidos, os empreendedores têm que apresentar as seguintes características:

- Comprometimento e determinação: são decididos, persistentes, disciplinados, dispostos ao sacrifício e a mergulharem totalmente em seus empreendimentos.
- Liderança: são iniciadores, formadores de equipe, aprendizes e professores.
- Obsessão por oportunidades: possuem conhecimento íntimo das necessidades dos consumidores, são orientados pelo mercado e obcecados por criação de valor e aperfeiçoamento.
- Tolerância ao risco, ambigüidade e incerteza: são tomadores de risco calculados, minimiza dores, tolerantes ao estresse e são dispostos a resolver problemas.

- Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação: possuem a mente aberta, são impacientes com o status quo, aptos a aprender rapidamente, altamente adaptáveis, criativos, habilitados para a conceituação e atentos aos detalhes.
- Motivação para a excelência: possuem orientação clara para resultados, estabelecem metas ambiciosas, mas realistas, possuem forte direcionamento para descobrir, saber seus próprios pontos fracos e fortes e focalizam mais o que pode ser feito do que as razões por que as coisas não podem ser feitas.” (Bateman/ Snell – Administração Management 1º ed, 1998, pag. 211).

Já para outro autor muito respeitado, Fernando Dolabela, um empreendedor de sucesso tem que apresentar as seguintes características:

- “Ter iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização.
- Trabalha sozinho, tem perseverança e tenacidade.
- O fracasso é considerado um resultado como outro qualquer. O empreendedor aprende com resultados negativos, com os próprios erros.
- Tem grande energia. É um trabalhador incansável. Ele é capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe concentrar aos seus esforços para alcançar resultados.
- Saber fixar metas e alcançá-las. Luta contra padrões impostos. Diferenciar-se. Tem a capacidade de ocupar um espaço não ocupado por outros mercados, descobrir nichos.
- Tem forte intuição. Tem sempre alto comprometimento e crê no que faz.
- Cria situações para obter feedback sobre o seu comportamento e sabe utilizar tais informações para o seu aprimoramento.
- Sabe buscar, utilizar e controlar recursos.
- É sonhador realista. Embora racional, usa também a parte direita do cérebro.
- É líder, cria um sistema próprio com seus empregados.
- É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo.
- Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios.
- Tem alta tolerância à ambigüidade e a incerteza e, é hábil em definir a partir do indefinido.
- Cria um método próprio de aprendizagem. Aprende a partir do que faz emoção e afeto dão determinantes para explicar o seu interesse. Aprende indefinidamente.
- Traduz seus pensamentos em ações.

- Tece relações (contatos, amizades) moderadas, mas utilizada do intensamente como suporte para alcançar seus objetivos... “(Dolabela, Segredo de Luiza, 14º edição, paginas 37 e 38)”.

É interessante comparar estas características vistas até aqui com um estudo feito pelo SEBRAE, (onde mostram segundo alguns autores as características dos empreendedores) para se analisar melhor este universo:

“Para Drucker (2002), os empreendedores são pessoas que inovam. A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade.

Low e MacMillan acreditam que, os empreendedores são indivíduos que tomam iniciativas, identificam e criam oportunidades de negócios, através da reunião e coordenação de combinações de novas pesquisas. Para Amit os empreendedores são indivíduos que inovam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção) para extrair os maiores benefícios de suas inovações.

As descobertas de Getzels & Csikszentmihalyi (1975) revelaram: sensibilidade e abertura para experiências e ausência de estereótipos, tais como, extremamente masculina ou feminina.

Adicionalmente Damiano Jr (2002, 3ºp Adm, USS) indicou uma personalidade: desinteressada em socializar, despreocupada com aceitação por outros, menos previsível, menos repetitiva e menos conformada; mais imaginativa e original; assertiva; auto-suficiente; com tendência à boêmia; com baixo superego; desconfiada; tendente a culpabilidade, mais sujeita a tensão e instabilidade emocional; tolerante a ambigüidade e impulsiva”.

Quaisquer que sejam as fontes de informação, sempre será encontrada a figura do Empreendedor relacionada a alguém inovador, inquieto, criativo, planejador e sempre de olho no futuro. O Empreendedor é alguém que sabe aonde, quando e como chegar à busca da sua realização pessoal, de sua família, empresa ou comunidade e, uma vez definidos os seus sonhos, ele os projeta com um horizonte futuro de aproximadamente 15 anos.

3. Fatores que influenciam empreendedores bem sucedidos:

Nas pesquisas, verificou-se que os empresários de sucesso são influenciados por empreendedores do seu círculo de relações (família, amigos) ou por líderes ou figuras

importantes, tomados como "modelos". Esta admiração nos remete ainda a algumas perguntas, as mesmas que os grandes pesquisadores desta área se fazem:

- Como alguém se torna empreendedor?
- O empreendedor nasce pronto? Ou seja, é fruto de características genéticas?
- É possível se ensinar alguém a ser empreendedor?

O empreendedorismo não é ainda uma ciência, apesar de ser uma das áreas onde mais se pesquisa e se publica. Isso quer dizer que ainda não existem paradigmas, padrões que possam, por exemplo, nos garantir que, a partir de certas circunstâncias, haverá um empreendedor de sucesso. Mas muita coisa pode ser dita sobre o empreendedor. Vamos lá:

Todos os pesquisadores acreditam ser possível a alguém se tornar um empreendedor. Mas a metodologia de ensino deve ser diferente daquela tradicional, que vemos nos cursos primários até a universidade. Sabe-se que o empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, é fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões, países. Na verdade aprende-se a ser empreendedor através da convivência com outros empreendedores, em um clima em que ser dono do próprio nariz, ter um negócio é considerado como algo muito positivo. Pesquisas indicam que as famílias de empreendedores têm maior chance de gerar novos empreendedores e que os empreendedores de sucesso quase sempre têm um modelo, alguém a quem admiram e imitam. Filio [1991].

Consideremos agora três níveis de relações, o primário, o secundário e o terciário, no esquema baixo:

- **Primário:** familiares e conhecidos; ligações em torno de mais de uma atividade.
- **Secundário:** ligações em torno de determinada atividade; redes de ligações.
- **Terciário:** cursos, livros, viagens, feiras e congressos.

Pode-se dizer que o nível primário é a principal fonte de formação de empreendedores. Mas, os níveis secundário e terciário podem também ser importante na geração de empreendedores. Um dos pontos básicos do ensino de empreendedorismo é fazer com que o aluno busque estabelecer relações que dêem suporte ao seu negócio.

Assim, a convivência é muito importante nessa área. Existe um ditado no empreendedorismo que reza: "dizei-me com quem andas que te direi quem queres ser". Se há, portanto, empreendedores que nascem prontos, não é por razões genéticas, mas sim porque o nível

primário de relações os influenciou. Há poucas décadas dizia-se o mesmo em relação a administradores, gerentes: "fulano tem o dom para administrar, cicrano nasceu assim, beltrano jamais saberá gerenciar". Hoje ninguém duvida que alguém possa aprender a ser administrador.

Os empreendedores podem ser voluntários (que têm motivação para empreender) ou involuntários (que são forçados a empreender por motivos alheios à sua vontade: desempregados, imigrantes etc.). Timmons [1994] acha que *"o empreendedorismo é umas revoluções silenciosas, que será para o século 21 mais do que a revolução industrial foi para o século 20"*. (Dolabela, 1999, Segredo de Luisa, 14ª edição, pág. 37).

Empreendedor é um ser social, produto do meio que habita (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, então terá motivação para criar o 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.

Presume-se que, se uma pessoa tem características e aptidões mais comumente encontradas em empreendedores de sucesso, terá ela melhores condições para empreender. Como se sabe, são as características comportamentais básicas pelas quais o candidato a empreendedor deve se pautar. Por outro lado, sem tais características, a pessoa terá dificuldades em obter sucesso. No estágio atual de conhecimento sobre empreendedorismo, sabe-se como ajudar os empreendedores em potencial e os empreendedores de fato a identificar as características que devem ser aperfeiçoadas para obterem sucesso. A tese de que o empreendedor é fruto de herança genética não encontra mais seguidores nos meios científicos. Assim, é possível que as pessoas aprendam a ser empreendedores, mas dentro de um sistema de aprendizagem especial, bastante diferente do ensino tradicional.

O que ainda não se pode fazer no estágio atual de conhecimento na área de empreendedorismo:

- Determinar com certeza se uma pessoa vai ou não ser bem sucedida como empreendedora;
- Garantir que as pessoas possuidoras das características essenciais ao empreendedor terão sucesso.

4. Dicas para alcançar o sucesso:

Ao se analisar as características vistas até aqui, pode-se perceber algumas dicas para se tornar um empreendedor de sucesso:

- Faça o que lhe dá energia;
- Divirta-se;
- Imagine como fazer funcionar algo;
- Diga, "posso fazer", ao invés de "não posso" ou "talvez";
- Tenacidade e criatividade irão triunfar;
- Qualquer coisa é possível se você acredita que pode fazê-la;
- Se você não sabe que não pode ser feito, então vá em frente e o fará;
- Veja o copo metade-cheia e não metade-vazia;
- Seja insatisfeito com o jeito que as coisas estão e procure melhorá-las;
- Faça coisas de forma diferente;
- Não assuma riscos se você não precisa, mas assuma um risco calculado se é a oportunidade certa para você;
- Os negócios fracassam; os empreendedores de sucesso aprendem. Mas tente manter baixo o custo do aprendizado;
- Faça da oportunidade e dos resultados a sua obsessão;
- Fazer dinheiro é mais divertido que gastá-lo;
- Uma equipe constrói um negócio: um só indivíduo ganha a vida;
- Tenha orgulho das suas realizações, isso é contagioso;
- É mais fácil implorar por perdão do que pedir permissão.

5. Facilidades e Dificuldades:

A maior facilidade que um empreendedor pode encontrar é trabalhar com o que gosta e com o que tem paixão. É saber que está trabalhando 16 horas por dia, mas que o retorno não será para um patrão e sim para o próprio empreendedor. Outra facilidade, é que o próprio empreendedor pode definir o ritmo e tempo do trabalho.

Segundo a reportagem da Revista Você S.A. (2004, 44), aparentemente há mais dificuldades do que facilidades e algumas são percebidas como:

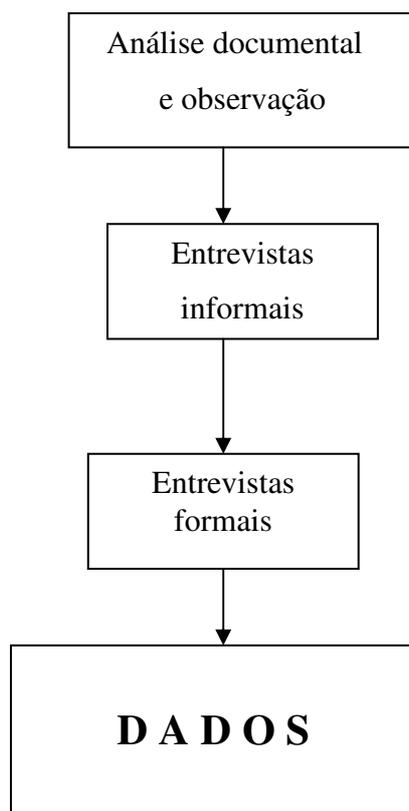
- “Dinheiro não é o único problema dos donos de pequenas empresas”.

- Falta de plano estratégico
- Falta de projeção de curto e médio prazo
- Jurors altos
- Alta carga monetária
- Pouco incentivo para exportar
- Dificuldade de determinar preços de produtos e serviços
- Inadimplência
- Formação de equipes”

6. Metodologia:

Esse artigo foi baseado na metodologia de pesquisa qualitativa, e os dados foram coletados no município de Quatis que pertence ao estado do Rio de Janeiro. O estudo foi analisado levando em consideração os pressupostos dos estudos de caso propostos por Yin (1994). No entanto, o processo de pesquisa e análise dos dados foi fortemente influenciado por autores como Mason (1996), McNeil (1990), Ellen (1984), Riessman (1993) e Sproull (1988). O inter-relacionamento entre as técnicas de coleta de dados que foram utilizadas durante a pesquisa pode ser observada na Figura 1.

Figura 1. Inter-relacionamento entre as técnicas de coleta de dados.



7. Análise do Questionário:

Antes de começar a analisar essa pesquisa, acredito que seja importante ressaltar a dificuldade em conseguir definir um número certo de quantos empreendedores existem em Quatis, pois a prefeitura no momento não tem nenhum controle. A única maneira precária que possuem, é verificar no setor de tributos e ver quantas empresas deram entrada.

Porém, a ausência de baixa das empresas inativas, faz com que a informação seja deturpada, traduzindo então, em um número que não condiz com a realidade. Perante tal situação, o que se fez, foi conseguir junto a CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) uma lista das empresas cadastradas (pois de todos os órgãos, a CDL é a que está mais interagida com tal assunto), juntar a lista de tributos e ir desconsiderando as empresas que sabíamos que estão inativas. O que resultou em uma média de 100 empreendimentos ativos em Quatis, dois quais extraiu-se uma amostra de 15 % para a pesquisa.

Ao analisar esta amostra percebe-se que em Quatis os empreendedores encontram-se bem distribuídos em uma faixa etária dos 22 aos 54 anos, onde a maioria tem segundo grau completo, renda mensal de até 05 salários mínimos e 87% estão legalizadas.

Um dos fatores que influenciaram os empreendedores a abrirem seu empreendimento foi a oportunidade familiar (herança, vivência, experiência). Quando abriram seu empreendimento a maioria recorreu ao capital próprio e os que fizeram empréstimo recorreram a bancos, amigos e parentes.

Sessenta e seis por cento dos entrevistados nunca atuaram em outro setor, a maior dificuldade que encontram é a inadimplência falta de capital de giro, mão de obra pouco qualificada e taxas de impostos elevadas. Enquanto que as maiores facilidades são: não ter patrão, ter autonomia, fazer o próprio horário e usar o sacrifício por conta própria.

Oitenta e sete por cento dos entrevistados desconhece programas ou projetos da Prefeitura Municipal de Quatis - PMQ que incentive o comércio e os empreendedores. Cem por cento nunca usufruiu qualquer programa oferecido pela PMQ. Os mesmos esperam que a prefeitura

atraia mais indústrias, empregos, qualifique a mão de obra, favoreça o comércio, incentive o turismo e o fluxo de pessoas em Quatis.

Para eles um empreendedor de sucesso tem que inovar, ser criativo, ter visão do negócio, ser atento, ousado, persistente, sonhar e conhecer a clientela. Eles encaram o fracasso com calma, refletem, motivam, procuram novas idéias e não desanimam. A maioria não tem medo de arriscar, mas arriscam com cautela.

Normalmente o empreendedor quatiense trabalha em média de 10 a 12 horas e são poucos os que conseguem planejar, definir uma meta e também são poucos os que fizeram e sabem o que é um plano de viabilidade ou um plano de negócio.

A maioria diz saber precisamente quanto faturam por mês e também são conveniados a Câmara dos Diretores Lojistas - CDL, pois com essa parceria, conseguem diminuir inadimplência, ter descontos em cursos e planos de saúde, tem assessoria judiciária e outras vantagens.

Sessenta por cento dos pesquisados não teve experiência com consultoria por falta de oportunidade, pois, existem poucos consultores na região que divulgam seus trabalhos em Quatis. Porém percebe – se que os entrevistados têm necessidade e vontade tais serviços, como por exemplo, cursos voltados para o planejamento, atendimento ao cliente e controle financeiro.

A maioria não acredita que o ambiente sócio econômico influencie no perfil do empreendedor. Devido às dificuldades atravessadas por eles, os mesmos afirmaram que investir em um empreendimento novo hoje não é seguro e nem recomendável, a menos que se faça um estudo rigoroso e avalie a relação custo X benefício. Apesar disso ele recomenda que os empreendedores não devem desanimar ou desistir dos seus ideais.

8. Considerações finais:

O que se conclui ao analisar e comparar a parte teórica da parte prática desta pesquisa é que o perfil do empreendedor de Quatis não difere muito em relação aos demais. O empreendedor local também é inovador, sonhador, persistente, trabalhador, assim como as outras características pesquisadas até aqui. Porém, nota-se que um dos grandes empecilhos para o crescimento econômico de Quatis é o alto grau de deficiência da política que rege o município.

Os empreendedores estão carentes de ações que estimulem o fluxo de pessoas na cidade, de atitudes energéticas que aqueçam o mercado e ofereçam mais oportunidades, assim como cursos e projetos que qualifiquem a mão de obra quatiense.

Um ponto importante a ser observado é que a maioria não pretende sair de Quatis por acreditar que o município apresenta mais facilidade, como, por exemplo, moradia e custo de vida mais barato em relação aos outros centros urbanos. O que se leva a crer que a cidade se encontra em plena época de desenvolvimento, com empreendedores interessados em investir. Porém, o que falta a eles é um alicerce melhor estruturado que poderia ser oferecido pelos líderes da região. Ou seja, por que não dizer que o que realmente falta a eles são atitudes mais empreendedoras destes líderes?

9. Bibliografia:

- ALMEIDA, Flávio de. Como ser um empreendedor de sucesso/Flávio de Almeida – Belo Horizonte: Editora Leitura, 2001.
- ANTUNES, Maria Thereza P. Capital intelectual. São Paulo: Atlas, 2000.
- APOSTILAS PROGRAMA NOVOS EMPREENDEDORES, Sebrae RJ, 2002.
- BARRETO, Luiz Pondré. *Etimologia da palavra Empreendedorismo*. Universidades Católicas de Salvador, Set., 1998.
- CARVALHO, Antônio Vieira de & NASCIMENTO, Luiz Paulo do. Administração de Recursos Humanos. Vol. 1 São Paulo: Pioneira, 1997. p 17-55 e 77-151
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p 77-130 e 176-185
- DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial /Ronald Jean Degen, com a colaboração de Álvaro Augusto Araújo Mello – São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DOLABELA, Fernando. A vez do sonho /Fernando Dolabela - São Paulo: Cultura Editores, 2000.
- DOLABELA, Fernando. O Ensino de Empreendedor: Panorama Brasileiro. In: *Seminário – A Universidade Formando Empreendedores*, Brasília, Maio, 1999, P.1-10.
- DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa /Fernando Dolabela - São Paulo: Cultura Editores, 1999.

- DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios 6ª ed. / Peter F. Drucker; tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.
- EMPREENDEDORE -Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios, Edição 176,p 42, setembro/ 2003.
- EMPREENDEDORES – OS VISIONARIOS QUE CONSTRUIRAM O CAPITALISMO NO BRASIL E NO MUNDO NESTE SECULO, Revista Exame, Edição 703, Ano 33, Editora Abril, dezembro /1999.
- ELES GERAM EMPREGO, Revista Você AS, Edição 42, Ano Sete, p 33, Editora Abril, junho /2004
- FILLION, Louis Jaques. Empreendedorismo: *empreendedores e Proprietários-gerente de pequenos negócios*. Revista da Administração. São Paulo, v.34, n.2, p.05-28, abr /jun 1999.
- FRANCO Simon. Criando o próprio futuro: o mercado de trabalho na era da competitividade total. São Paulo: Ática, 1999. 5a. Ed. p 132-177
- MASON, Jennifer. Qualitative researching. Sage, London, 1996.
- McNeil, Patrick. Research methods. Routledge, London, 1990. 2nd ed.
- MONTGOMERY, Clifford E. ‘Organizational fit is key to job success’. Human Resource Magazine, p. 94-96, Jan. 1996
- NIEDERAUER, Maria Cristina; COSTA, Márcio Corrêa da; ULBRICHT, Vânia Ribas. *A Criatividade e o Empreendedorismo*. In Anais: Enempre, 1999, p.161-165. Nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, n. ° 9.394, Dez - 1996.
- RIESSMAN, Catharine K. ‘Narrative analyses’. Qualitative Research Methods. Vol. 16 Sages, London, 1993.
- SEJA O SEU PATRÃO, Revista Você SA, Edição 31, Ano 4, p 45, Editora Abril, janeiro
- SPROULL, Natalie L. Handbook of research methods: A guide for practitioners and students in Social Sciences. The Sacarecrow Press, London, 1988. 406 pp
- TACHIZAWA, Takeshy; FERREIRA, Victor C. P. & FORTUNA, Antônio A. M. Gestão com pessoas: uma abordagem aplicada às estratégias de negócios. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001 - (Coleção FGV Negócios) p 129-178
- VALADARES, José H. Participação e poder: o comitê educativo na cooperativa agropecuária. MSc Thesis. UFLA, MG, Brasil, 1995. 81 pp
- VERGARA, Sylvia C. Gestão de Pessoas. São Paulo: Atlas, 2000. 2a. Ed.

VILAS BOAS, Ana Alice. The nature of participation in farmers' organisations in the South of Minas Gerais, Brazil. PhD Thesis. The University of Reading, Reading, England, 2000.

www.sebrae.com.br/br/home/index.asp, 09Out2004, 20H40min

www.sebrae-rs.com.br, 04Set2004, 15H30min

www.usen.com.br, 11Set2004, 19H15min

YIN, Robert K. 'Case study research: design and methods'. Applied Social Research Methods. Vol. 5. Sage, London, 1994. 2nd ed. 172 p