

A influência do perfil do empresário no desenvolvimento das micro e pequenas empresas: o caso das *Lan Houses* do DF

RESUMO

A presente pesquisa descritiva aborda duas variáveis importantes para o sucesso da ação empreendedora: o perfil empreendedor do empresário e o ciclo de vida das empresas. As micro e pequenas empresas são de grande importância para o país, pois geram renda e empregos. Com isso a relevância deste estudo se confirma uma vez que associa o perfil do empreendedor com o desenvolvimento das MPE. A abordagem do perfil empreendedor teve por base literatura especializada, assim como os conceitos do ciclo de vida das empresas. O universo da pesquisa era desconhecido e, portanto, optou-se por uma amostra não probabilística por acessibilidade, composta por 41 empresas do ramo Lan House do Distrito Federal. Os dados foram coletados por meio de uma pesquisa de campo, cujos instrumentos foram dois questionários. Os dados foram analisados de forma quantitativa. Além de traçar o perfil empreendedor dos empresários e as características da empresa, este estudo identificou que as empresas pesquisadas encontram-se ainda na primeira fase do ciclo de vida que é a concepção/nascimento. Conclui-se que a escolaridade do empreendedor influencia o desenvolvimento do ciclo de vida do pequeno negócio, uma vez que tudo na empresa desse porte depende da ação do empreendedor.

Palavras-chave: Perfil empreendedor. Desenvolvimento. *Lan House*.

1. INTRODUÇÃO

As micro e pequenas empresas – MPE são de grande importância para o país, geram renda e empregos, e dados do IBGE mostram que, em 2002, o número de MPE no setor formal urbano somava 4,8 milhões, representando 99,2% do total de 4,9 milhões de empresas e geravam 57,2 % dos empregos totais, 26% da massa salarial, contribuindo com 20% do PIB nacional.

Em cada pequena empresa há um personagem chamado empreendedor. O relatório GEM - Global Entrepreneurship Monitor – de 2008, no Painel de Evolução dos Empreendedores Iniciais, aponta que o Brasil tem uma taxa de empreendedorismo -TEA - de 12,02. Este índice indica que para cada 100 pessoas, 12 desenvolvem alguma atividade empreendedora. Atingir a TEA de 12,02 coloca o Brasil em 13º lugar entre os 43 países participantes da pesquisa GEM.

O resultado da pesquisa GEM reforça a importância do movimento empreendedor no país, movimento esse que vem se valorizando, seja em programas do governo ou nas Universidades e Centros de Formação. Dornellas (2001, p. 38) fala que “o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa, e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio e do perfil empreendedor [...]”. Alias o perfil empreendedor é uma das variáveis relacionadas à motivação da ação empreendedora, que ocorre por necessidade ou por oportunidade, motivações essas que podem influenciar o ciclo de desenvolvimento das pequenas empresas.

Uma ação empreendedora que vem tendo destaque no Brasil é a abertura de empresas denominadas Lan House, local destinado ao acesso à internet, jogos online e outros serviços. As Lan Houses surgiram em 1996, na Coreia, e em 1998 chegaram ao Brasil, como uma opção de entretenimento para a população, tornando-se uma atraente oportunidade, para muitos brasileiros, de iniciar um negócio. A atratividade do novo negócio ganha reforço nas

palavras de Sunami Chun, dono da maior rede de Lan Houses do Brasil, quando ele diz “Hoje, existem 2.000 *Lan Houses* no país, freqüentadas por 6 milhões de adolescentes e jovens. É um ramo cada vez mais promissor”. (Revista VEJA, 2005).

Dentro desse contexto esta pesquisa visa analisar a influência do perfil empreendedor do empresário no desenvolvimento de pequenas empresas. Para tanto a pesquisa tem como objetivos específicos traçar o perfil empreendedor do empresário das micro e pequenas empresas; descrever as fases de desenvolvimento do ciclo de vida das micro e pequenas empresas; identificar a fase de desenvolvimento do ciclo de vida em que as empresas do segmento *Lan House* se encontram e verificar a relação da fase de desenvolvimento do ciclo de vida das empresas pesquisadas com o perfil empreendedor do empresário.

Pesquisas que visam compreender o desenvolvimento das pequenas empresas relacionando-o ao perfil empreendedor e à motivação para empreender podem em muito contribuir para políticas públicas de combate à taxa de mortalidade de micro e pequenas empresas em fase de concepção e desenvolvimento.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E O EMPRESÁRIO

As empresas são lugares onde o empreendedor busca uma ocupação e dá emprego a outras pessoas gerando renda. Lezana (2001) diz que uma empresa pode ser definida como um lugar onde se cria riqueza e que coloca em operação recursos intelectuais, humanos, materiais e financeiros para extrair, produzir, transformar ou distribuir bens e serviços de acordo com os objetivos fixados pela administração e que estes objetivos estão relacionados em um grau maior ou menor com a ambição de ganho e com o benefício social.

As micro e pequenas empresas desempenham um papel fundamental no cenário econômico do País, pois segundo o Sebrae (2008), elas são 98% das empresas existentes no país, e geram 53% dos postos de trabalho com carteira assinada. Utilizando classificação do Sebrae (2007a), são consideradas pequenas empresas, as que possuem no setor de indústria até 19 empregados e no setor de comércio e serviço até 09 empregados. As MPE são regulamentadas pela Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, que compreende um conjunto de normas que determinam um tratamento diferenciado, simplificado e favorecido aos pequenos negócios (SEBRAE, 2007b).

As micro e pequenas empresas têm a particularidade de serem gerenciadas pelo próprio empreendedor, que no caso passa a desempenhar um papel fundamental, para a empresa. Dolabela (1999, p. 60) enfatiza essa relação do empreendedor com a pequena empresa, quando afirma “a pequena empresa é dominada pelo líder. A presença e a influência do empreendedor são cruciais. Tudo depende dele”. Os empreendedores, ou seja, dirigentes de pequenas empresas, têm influência mais forte sobre o pequeno negócio do que acontece com as grandes empresas, pois o empreendedor que administra diretamente seu negócio conhece sua empresa por inteiro. O crescimento da empresa está diretamente ligado à forma como o empreendedor a administra. Drucker (2003, p. 243) diz que “para ser um empreendedor bem sucedido, a empresa existente, grande ou pequena, tem que ser administrada como uma empresa empreendedora, e para ser uma empresa empreendedora é necessário inovar, correr riscos calculados.”

2.2. O CICLO DE VIDA DAS PEQUENAS EMPRESAS

As empresas passam durante a sua existência por um ciclo de vida. Degen (1989, p. 81 e 82) diz que o fenômeno do ciclo de vida é usualmente descrito em termos da evolução das

vendas de um produto ou serviço através de cinco fases: introdução, expansão, turbulência, saturação e declínio. O autor compara o ciclo de vida das empresas com o ciclo biológico do nascimento, crescimento, adolescência, maturidade e velhice do ser humano.

O ciclo de vida das empresas também é denominado por alguns autores como estágios ou fases do desenvolvimento. Bernardi (2003, p. 76) diz que qualquer empreendimento atravessa ao longo do tempo estágios evolutivos distintos e diferenciados. Os estágios de desenvolvimento de uma empresa, aos quais o autor se refere, são: nascimento, existência, decolagem, maturidade e petrificação, manutenção ou crescimento.

Birley e Muzyca (2005) falam em fases ou estágios do crescimento pelos quais passa a maioria das empresas bem sucedidas. Para os autores as empresas passam por 6 estágios de desenvolvimento que são: concepção/existência, sobrevivência, lucratividade e estabilização, lucratividade e crescimento, decolagem, maturidade.

As fases do desenvolvimento das organizações caminham junto com o desenvolvimento do conhecimento e das habilidades do empreendedor e Lezana (2001, p.40) enfatiza que o “processo evolutivo de uma empresa compreende uma série de etapas que devem ser superadas, desde a criação até a empresa se transformar numa instituição efetivamente consolidada”. Ortega (2008, p 59) fala que os estágios do ciclo de vida das empresas são seqüenciais, ocorrem progressivamente e caracterizam-se pelo desenvolvimento de novas habilidades, conhecimentos, atitudes e estruturas organizacionais. Lezana (2001, p.40) ainda reforça que “qualquer modelo de ciclo de vida compreende as etapas que uma empresa atravessa durante sua vida, incluindo nascimento, fracasso, decadência e estabilização”. Ele ainda relaciona as características dos empresários com as fases do desenvolvimento conforme quadro abaixo.

Quadro 01- Fases do desenvolvimento

Características	Nascimento	Sobrevivência	Crescimento	Expansão	Maturidade
Conhecimento	Técnico do produto e processo de fabricação; Técnico comercial.		Gestão financeira; Gestão comercial; Gestão de RH; Gestão da produção.	Planejamento estratégico; Administração de pessoal; Estratégia empresarial.	
Habilidades	Realizar várias coisas ao mesmo tempo: vendas, negociação e resolver problemas.		Autodisciplina; Adaptar-se às necessidades da organização; Adquirir informação; Avaliar oportunidades; Pensar criticamente.	Delegar; Liderança; Comunicação Persuasiva; Identificação de oportunidades.	

Fonte: Lezana (2001)

Para Farrell (1993), todas as empresas nascem com uma grande parte de espírito empreendedor que inspira tanto patrões como empregados e, o espírito empreendedor pode interferir diretamente no ciclo de vida. O autor ainda acredita que as práticas empreendedoras são os combustíveis que fazem logo a empresa crescer.

2.3. CONCEPÇÃO/EXISTÊNCIA

A concepção de uma empresa vem primeiramente com a idéia. Dolabela (2000) diz que as idéias são atividades que pertencem aos processos de empreender e devem necessariamente terminar em uma ação. A idéia é a principal motivação para iniciar um

empreendimento, pode surgir com uma oportunidade ou uma necessidade. Dolabela completa que a procura de oportunidades de negócio tem a ver com o processo de geração de idéias.

Bernardi (2003, p.63) diz que a idéia de um empreendimento surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências nos hábitos sociais e de consumo. O autor ainda reforça:

As oportunidades detectadas ou visualizadas, racional ou intuitivamente, das necessidades e das demandas prováveis, atuais e futuras, e necessidades não atendidas definem a idéia do empreendimento. [...] A concepção de um empreendimento, por vezes, nasce de habilidades, gosto e outras características pessoais, até mesmo por pessoas que não tiveram experiência com o ramo, inovando ou criando novas formas de negócio.

Birley e Muzyka (2001, p. 22) dizem que as oportunidades realizadas são aquelas que alguém transformou em negócios lucrativos e operantes. As oportunidades surgem e geralmente são de acordo com o conhecimento do empreendedor. Dolabela (1999, p. 65) fala que saber identificar uma oportunidade é, por excelência, a grande virtude do empreendedor de sucesso.

A outra forma de se iniciar um empreendimento é por necessidade, onde geralmente a empresa é um posto de trabalho para o empreendedor. Essa motivação pode ser influenciada pela necessidade do empreendedor de se assegurar financeiramente, pois a escassez de postos de trabalho é fator de motivação para assim criar seu próprio negócio, a fim garantir renda. Lezana (2007) diz que as necessidades podem ser conceituadas como um desequilíbrio interno do indivíduo.

O fato de se ter uma idéia não é suficiente para abrir uma empresa, faz-se necessário colocá-la em prática. Dornelas (2001) ressalta a importância do plano de negócios para a fase de implementação da empresa. O autor reforça:

“[...] o plano de negócios é parte fundamental do processo empreendedor. Empreendedores precisam saber planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada ou em crescimento [...]” DORNELAS (2001, p. 91).

O plano de negócios é importante para o planejamento da empresa, nele se analisa o mercado, os clientes, a concorrência, a viabilidade financeira da empresa, onde se prevê cenários possíveis.

Depois de concebida, se o empreendedor investe em sua idéia, o empreendimento passa ao primeiro estágio que é o nascimento. Bernardi (2003) caracteriza este estágio em duas etapas: implantação e operacionalização. A primeira etapa abrange a concretização de todas as providências que foram definidas. A segunda etapa “representa o início operacional e do funcionamento do modelo implantado”. (BERNARDI, 2003, p. 77).

Birley e Muzyka (2001, p.182) caracterizam muito bem este primeiro estágio de uma empresa:

A organização é simples; o dono faz tudo e supervisiona diretamente os subordinados, que em grande medida são de competência mediana. Os sistemas e o planejamento formal são de mínimo a inexistentes. A estratégia da companhia é simplesmente continuar funcionando. O dono é o negócio, realiza todas as tarefas importantes e é o maior fornecedor de energia, de sentido e, juntamente com os seus parentes e amigos, de capital.

2.4. SOBREVIVÊNCIA

Nessa fase a empresa já necessita de uma gestão mais apurada com sistemas de controle financeiro contábil e administrativo. Antes desta etapa o empreendedor era o

responsável por todas as decisões do empreendimento, e a partir dessa fase começa um novo desafio, o de descentralizar as decisões. Esta etapa é uma das mais importantes para a empresa, uma vez que não só o empreendedor estará no comando, embora seja dele a decisão final.

2.5. DECOLAGEM

Neste estágio, a empresa já passou pelo período de provar sua viabilidade e o empreendedor desempenha um papel fundamental para o próximo passo que é a maturidade. No estágio da decolagem, para Bernardi (2003, p 81) a empresa apresenta as seguintes características:

- “possui clientes em um número suficiente e é conhecida no mercado;
- formou uma imagem sólida;
- tem condições sistêmicas e econômicas saudáveis.”

Na decolagem a empresa tem como objetivo manter-se no mercado sendo lucrativa, melhorar sua qualidade nos fornecimentos de produtos e na prestação de serviços e investir em infra-estrutura para possibilitar o crescimento.

2.6. MATURIDADE

Nesta fase a empresa já usufrui de estabilidade, e Bernardi (2003, p. 84) afirma que a maturidade caracteriza-se pela:

Consolidação de controle dos ganhos do crescimento, alta complexidade operacional e estrutural, onde somente a descentralização do comando, controles e planos detalhadíssimos garantem o controle do retorno.

É na fase de maturidade que a empresa começa a diversificação do seu produto/serviço, uma vez que vem o próximo estágio.

2.7. PETRIFICAÇÃO

O estágio de petrificação é o reflexo do estágio anterior. Se a empresa não diversifica seu produto/serviço e se mostra lenta e burocrática, ela não consegue se mover. Qualquer empresa independentemente do porte, pode entrar neste estágio e a única forma de sair dele é promover a mudança, é renovar o modelo.

2.8. EMPREENDEDOR

Para definir essa palavra é necessário buscar vários autores, pois há várias definições para cada área do conhecimento. Um economista define empreendedor como aquele que combina recursos, trabalho e materiais com objetivo de agregar valor a um produto ou serviço; e para um psicólogo um empreendedor é uma pessoa motivada por uma força/necessidade de construir algo. (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Segundo Drucker (2003), o empreendedor é definido como aquele que começa seu próprio negócio; já Dornellas (2001) diz que “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem”.

A definição de empreendedorismo evolui ao longo da história; a palavra Entrepreneur, de origem francesa quer dizer, segundo Hisrish (apud Dornelas, 2001, p. 29) “aquele que assume riscos e começa algo novo”. Na idade média, dizia-se que empreendedor é pessoa encarregada de projetos de produção. Dolabela (2000 p. 28) diz ainda que o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive.

Os empreendedores são dotados de características pessoais que influenciam diretamente no desenvolvimento do negócio. Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009), o empreendedor pode ser influenciado pelo ambiente familiar na infância, a educação, os valores pessoais, idade, motivação e histórico profissional. De acordo com a pesquisa de Hisrich, Peters e Shepherd (2009) é possível organizar o seguinte quadro demonstrativo do perfil do empreendedor:

Quadro 02 – Perfil do empreendedor

HISTORICO E CARACTERISTICAS DO EMPREENDEDOR	
Ambiente Familiar na Infância	Em termos de ocupação dos pais do empreendedor, há fortes evidências de que os empreendedores tendem a ter pais também empreendedores ou que trabalham por conta própria.
Educação	A educação é importante na criação do empreendedor e sua importância reflete na resolução de problemas que os empreendedores enfrentam. Embora a educação formal não seja necessária para iniciar um negócio, ela oferece uma boa experiência, em especial quando tem a ver com a área do empreendimento.
Idade	A maior parte dos empreendedores inicia sua carreira entre 22 e 45 anos. Apesar de a média de idade ter pouco significado, o início precoce de uma carreira empresarial é melhor que o tardio.
Motivação	A motivação mais citada na pesquisa, para alguém se tornar um empreendedor é a independência, de não querer mais trabalhar para os outros.
Histórico profissional	A experiência anterior é importante e à medida que o novo empreendimento começa a crescer as experiências e as habilidades tornam-se cada vez mais importantes.

Fonte: Elaborado com base em Hisrich; Peters; Shepherd (2009)

2.9. LAN HOUSE

LAN significa local, área, *network*, palavra utilizada para denominar um local onde vários computadores estão interligados. A tradução da palavra *Lan House* representa de forma clara o que ela significa “casa de computadores em rede”, ou “casa de jogos em rede”. As *Lan Houses* são ambientes que disponibilizam computadores de alta tecnologia conectados à Internet e preparados para jogos digitais em rede. A estrutura de uma *Lan House* é bastante simples, dispõe de computadores lado a lado com divisórias entre eles.

As *Lan Houses* surgiram na Coreia do Sul em 1996, chegaram ao Brasil em 1998 e oferecem ao cliente serviços de entretenimento como jogos e acesso a internet. No Brasil, onde a distribuição de renda é precária, o negócio se torna atrativo.

A atratividade do negócio fez o SEBRAE incluir o ramo Lan House no Guia Primeiros Passos, que ensina como abrir o primeiro negócio. O guia pode ser consultado gratuitamente na internet, dentre as 150 atividades de negócios incluídas na referida publicação. As mais demandadas pelos potenciais empreendedores que acessam o serviço são, em geral, ligadas

aos setores de telecomunicações e informática, nas áreas de comércio e serviços. Entre elas, se destacam as *Lan Houses*.

O Comitê Gestor da Internet no Brasil (2007) informa que 30% dos acessos à internet utilizam o serviço pago. As Lan Houses têm a particularidade de atrair empreendedores informais, e em muitos casos, jovens com menos de 30 anos. Ainda não existem estatísticas formais sobre este empreendimento, mas a popularidade do negócio é visível, seja em pontos comerciais ou residenciais.

As Lan Houses, além da função de prestação de serviço de entretenimento, desenvolvem ainda a inclusão digital, pois situadas em regiões de classe econômica D e E, conforme informação do Comitê Gestor da Internet no Brasil (2007), a maioria do acesso à informática, por pessoas dessas classes é por meio das Lans.

3. METODOLOGIA

A pesquisa em questão é de natureza aplicada, pois segundo Vergara (1997, p. 45), a pesquisa aplicada tem finalidade prática, ao contrário da pesquisa pura, motivada basicamente pela curiosidade intelectual do pesquisador e situada, sobretudo no nível da especulação. Sendo assim, a pesquisa pretende analisar a influência do perfil empreendedor do empresário no desenvolvimento de pequenas empresas.

A abordagem do problema foi feita por pesquisa quantitativa, o que é considerado adequado quando se deseja conhecer a extensão do objeto de estudo.

Quanto aos objetivos, a pesquisa foi de natureza descritiva, uma vez que descreve características do ciclo de vida das empresas relacionando-o com o perfil do empreendedor. Para atingir os objetivos estabelecidos, em relação aos procedimentos metodológicos, foram realizadas pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo.

O universo delimitado foi de Lan Houses, com sede no Plano Piloto, Taguatinga, Recanto das Emas, Riacho Fundo, Samambaia e Ceilândia, abrangendo regiões de diferentes perfis socioeconômicos.

Uma vez que não há dados oficiais da quantidade de Lan Houses no DF, e, ainda, que se pretendeu abarcar também empresas informais do setor, não constantes de qualquer cadastro, optou-se por trabalhar com uma amostra não probabilística por conveniência, de 40 empresas. Segundo Acevedo e Nohara (2006, p. 56), nestes casos, “as pessoas são selecionadas de acordo com a conveniência do pesquisador. São os sujeitos que estão ao alcance do investigador.”

A coleta de dados ocorreu por meio de dois questionários com perguntas fechadas direcionadas aos proprietários das Lan Houses. No primeiro questionário, as perguntas buscaram obter o perfil do empreendedor e estabelecer as motivações da ação empreendedora. O segundo questionário visou à identificação do estágio do ciclo de vida em que as empresas pesquisadas se encontram.

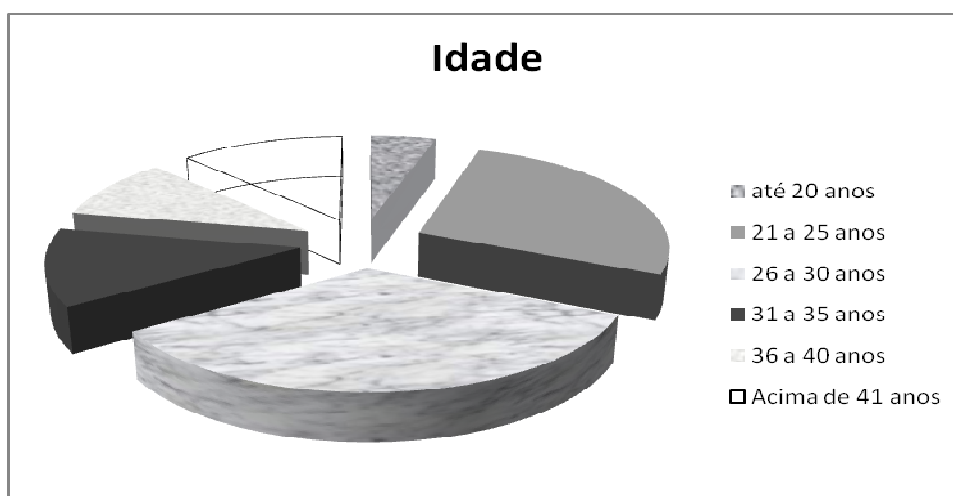
No tratamento dos dados foi utilizado o procedimento estatístico básico de distribuição de frequência, verificando-se a frequência absoluta e a frequência relativa das características e fatos investigados. Para facilitar a análise dos dados, eles foram apresentados por meio de tabelas e gráficos.

4. RESULTADOS

4.1. PERFIL DO EMPREENDEDOR

Todo empreendedor é dotado de características pessoais que podem influenciar diretamente na forma como ele conduz sua empresa. Segundo Hisrich; Peters e Shepherd (2009), o histórico do empreendedor influencia sobre a decisão de empreender e de como esse empreendedor será no futuro de sua empresa. Apesar dos autores não acreditarem que a idade influencia no sucesso do empreendimento, eles acreditam que o início precoce seja melhor que o início tardio. No segmento Lan House verificou-se que 66 % dos empreendedores pesquisados têm até trinta anos de idade, conforme gráfico 01, dado este que indica que as Lan Houses são um empreendimento preferencial de jovens.

Gráfico 01: Idade



Fonte: Dados Primários

A situação revelada pelo gráfico 1 corrobora dados da Pesquisa GEM 2008, segundo a qual o Brasil ocupa a terceira posição entre os países abrangidos pelo estudo, no que se refere à participação de jovens empreendedores (de 18 a 24 anos), com o índice de 25%, somente superado pelos 29% do Irã e pelos 28% da Jamaica. Coerentemente, o Brasil apresenta um dos menores índices (3%) de participação do adulto de meia-idade (55 – 64 anos) no empreendedorismo, ocupando o quadragésimo lugar entre quarenta e dois países.

Como Hisrich; Peters e Shepherd (2009) ressaltam, a idade tem importância quando reflete a experiência do empreendedor, fator esse que pode sim contribuir para alavancar a empresa. A tabela 01 mostra que a maioria dos empreendedores pesquisados possui experiência anterior, embora essa experiência, de um modo geral, possa ser em outro segmento. Considerando-se os proprietários de outra empresa, os que trabalhavam em empresas privadas e os que exerciam atividade autônoma, tem-se 63,5% dos respondentes.

Tabela 01: Atividade exercida antes de criar a empresa.

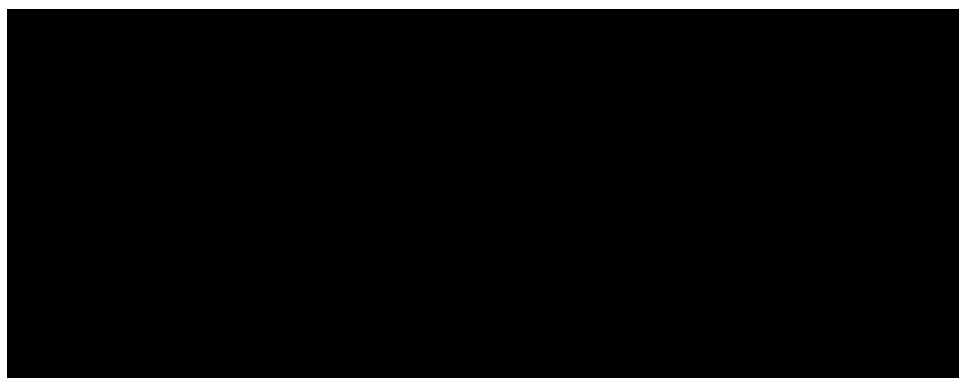
Atividade	Número	%
Autônomo	9	22,0
Desempregado	2	4,9
Estudante	8	19,5
Funcionário de empresa privada	9	22,0
Funcionário Público	5	12,2
Proprietário de outra empresa	8	19,5

Total	41	100
--------------	-----------	------------

Fonte: Dados Primários

Para Hisrich; Peters e Shepherd (2009), a educação é importante na criação do empreendedor. Sua importância se reflete não só no nível educacional obtido, mas também na forma como esse empreendedor enfrenta e resolve os problemas da empresa. A pesquisa em pauta mostrou que em relação à educação formal, os proprietários das *Lan Houses*, na maioria (56%), possuem formação até o nível médio. Se forem considerados neste grupo também os que declaram ter nível superior incompleto, o índice sobe a 71%.

Tabela 02: Nível de formação

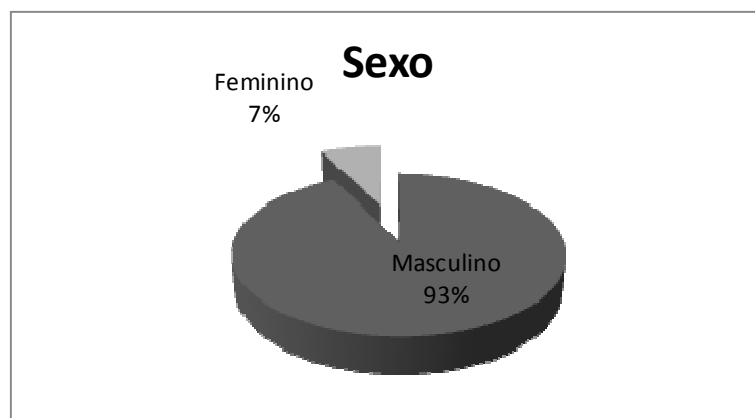


Fonte: Dados Primários

Ainda segundo os autores citados, a educação formal oferece uma boa experiência, sobretudo quando tem a ver com a área do empreendimento. No caso, os empreendedores que cursaram o ensino superior ou o ensino técnico, em boa parte, realizaram seus estudos na área de redes e de sistemas de informação (29%).

Hisrich; Peters e Shepherd (2009) dizem que outra característica que tem sido estudada, no que se refere ao perfil dos empreendedores, é o gênero. Ultimamente houve um crescimento significativo no número de mulheres que abrem seu próprio negócio. No Brasil, a Pesquisa GEM 2007 acusou uma inversão na tendência histórica, mostrando que as mulheres nesse ano representavam 52% dos empreendedores do país. A Pesquisa GEM 2008 já mostra um retorno à tendência habitual, com as taxas de 52,7 % de empreendedores e 47,3% de empreendedoras. No segmento das *Lan Houses*, o sexo masculino é o dominante, conforme é possível observar no gráfico 3. Ainda que esta situação repita o predomínio mostrado na última versão da pesquisa GEM, a distância entre as taxas de empreendedorismo por gênero é bastante diferente, o que mostra uma especificidade do segmento em estudo, que parece ser um setor de preferência masculina.

Gráfico 02: Sexo



Fonte: Dados Primários

Outro aspecto abordado na pesquisa em pauta é a influência da família e amigos, compreendendo o que Hisrich; Peters e Shepherd (2009, p. 83) denominam de modelos de conduta. “Os modelos de conduta podem ser pais, irmãos ou irmãs, outros parentes ou outros empreendedores”. No caso das *Lan Houses* pesquisadas, 75,6% dos entrevistados têm alguém na família ou amigo próximo que teve ou tem uma empresa.

4.2. EMPREENDIMENTO

Segundo estudos do Sebrae (2007a), o índice de mortalidade das micro e pequenas empresas, nos dois primeiros anos de existência, caiu de 60% em 2000 para 22%, em 2005. Segundo a pesquisa que constatou esta diferença, ela se deve ao melhor preparo dos empreendedores e a um ambiente de negócios mais favorável. Fica patente na pesquisa do Sebrae que as características do empreendedor no ato de gerenciar e conduzir o empreendimento são essenciais para a sobrevivência das empresas de pequena dimensão. As *Lan Houses* pesquisadas têm menos de 07 anos de existência, conforme mostra a tabela 02 e fazem parte de um segmento que tem menos de 10 anos no Brasil. Vê-se que mais de 50% dos empreendimentos abordados ainda estão na faixa de risco (até dois anos de idade), etapa em que mostram bastante sensibilidade à capacidade gerencial do empreendedor.

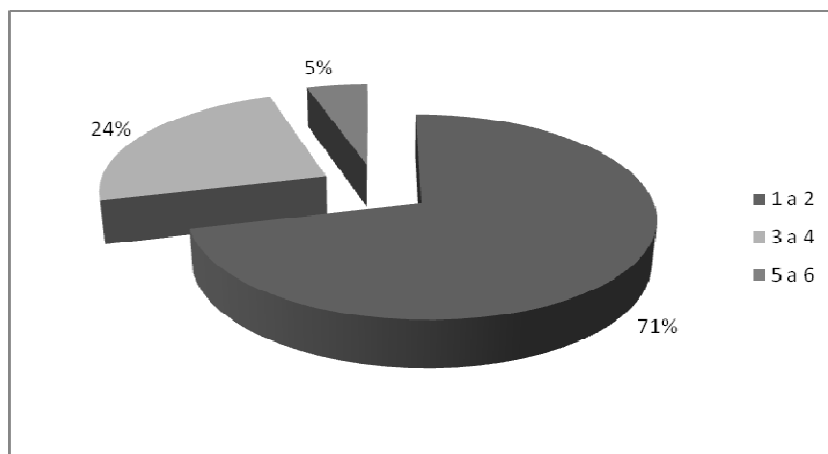
Tabela 02: – Idade do empreendimento

IDADE DO EMPREENDIMENTO	NÚMERO	%
Menos de 1 ano	9	22,0
1 a 2 anos	15	36,6
3 a 4 anos	14	34,1
5 a 6 anos	3	7,3
TOTAL	41	100%

Fonte: Dados Primários

Quanto ao porte das *Lan Houses* abrangidas pelo estudo, todas elas são microempresas, pois têm no máximo 6 empregados, sendo que a maioria emprega de 1 a 2 pessoas (gráfico 04.). Conforme o SEBRAE (2007a) são microempresas, no setor de comércio e serviços, aquelas que têm até 09 empregados.

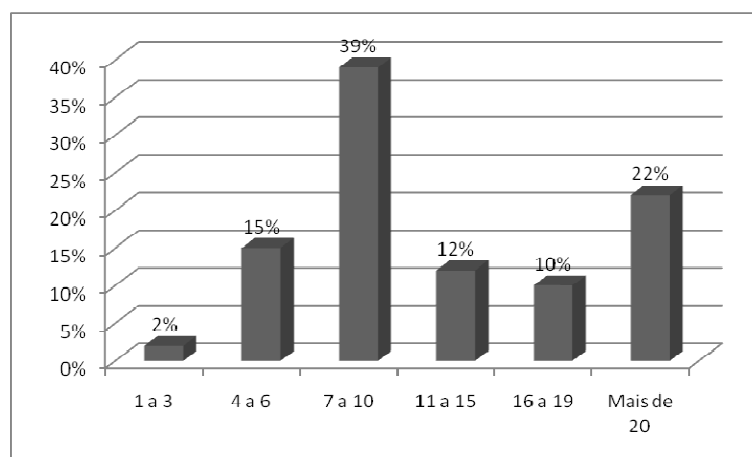
Gráfico 03: Quantidade de funcionários



Fonte: Dados Primários

O número de empregados informado pelos empreendedores não sofre influência da capacidade de atendimento das *Lan Houses*, mas sim das opções de serviços oferecidos. Confrontando a capacidade de atendimento com o número de empregados, há um resultado interessante: enquanto o gráfico 4 indica que 71% das *Lan houses* têm até 2 empregados, o gráfico 5 indica que apenas 2 % do total das *Lan Houses* pesquisadas têm somente até três computadores; a maioria tem mais de dez equipamentos.

Gráfico 04: Quantidade de Computadores



Fonte: Dados Primários

Os serviços oferecidos pelas *Lan Houses*, conforme indica a tabela 3, são bem variados. A totalidade dos estabelecimentos oferece como carro chefe do empreendimento o acesso à internet, seguido por jogos, em 95,1%; em terceiro lugar vem a bomboniere com 85,4% dos estabelecimentos. Observa-se que uma peculiaridade do setor é oferecer serviços que não exigem fortemente a contribuição de mão de obra para o atendimento. Isto explica a relação estabelecida acima, entre número de empregados e a capacidade de atendimento medida pelo número de computadores.

Tabela 03: Serviços oferecidos

Serviços	Número	%
Acesso a Internet	41	100,0

Administrativo	25	61,0
<i>Bomboniere</i>	35	85,4
Declaração de imposto de renda	20	48,8
Jogos	39	95,1
Lanchonete	6	14,6

Fonte: Dados Primários

O horário de funcionamento da Lan Houses é bem amplo; 61% dos empreendimentos funcionam até 12 horas por dia. Esse horário de funcionamento pode influenciar diretamente na presença do empreendedor na empresa, pois 41,5% declararam que compartilham a condução do negócio com outra atividade. Entre estas outras atividades, 19,5% declaram que possuem outra empresa, enquanto 17,1% dividem a gestão de sua empresa com atividades em outra empresa privada, havendo também aqueles que exercem um cargo público (12,2%)

Quanto ao investimento para abertura do negócio, 61% utilizaram recursos próprios enquanto 19,5% utilizaram empréstimos com familiares e apenas 17,1% utilizaram recursos obtidos por meio de empréstimos bancários. A utilização de recursos próprios para a abertura do negócio também coincide com dados da Pesquisa GEM 2008, que identifica que mais da metade (51%) dos empreendedores nascentes empregaram recursos próprios para a abertura de seus negócios.

Tratando-se da motivação para empreender, “pela primeira vez na série de pesquisas GEM o Brasil atinge a razão de dois empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade, fato a ser comemorado como o primeiro degrau de uma longa escada de desenvolvimento” (PESQUISA GEM, 2008,p. 31). Constata-se, mesmo assim, que boa parte dos novos empreendimentos ainda se dá por necessidade, em decorrência da falta de oportunidade de emprego e da necessidade de gerar renda. Indagados sobre esta questão, 46,3% dos empreendedores que participaram da pesquisa, responderam que entraram no ramo por conhecimento. Somando-se este percentual, aos que declararam escolher o ramo por oportunidade ou por atratividade, depreende-se que a motivação predominante no setor é a oportunidade e não a necessidade.

Tabela 04: Escolha do Ramo

ESCOLHA DO RAMO	NÚMERO	%
Conhecimento	19	46,3
Oportunidade	10	24,4
Necessidade	9	22,0
Atratividade	3	7,3
TOTAL	41	100

Fonte: Dados Primários

Quando questionados sobre os fatores de influência para a abertura do empreendimento, 41,5% dos empreendedores identificaram uma oportunidade e apenas 14,6% entraram no ramo por falta de oportunidade de trabalho, o que confirma a constatação da Pesquisa GEM citada acima.

Tabela 05: Fatores de Influência na abertura do negócio

FATORES	NÚMERO	%
---------	--------	---

Identificou uma oportunidade de mercado	17	41,5
Conhecimento do ramo de atividade.	15	36,6
Desejo de liberdade, independência	5	12,2
Tinha recursos financeiros disponíveis	8	19,5
Falta de oportunidade de trabalho	6	14,6
Tinha tempo disponível	6	14,6
Realização profissional	4	9,8
Vontade de ganhar dinheiro	10	24,4

Fonte: Dados Primários – escolha livre

Quanto à expectativa em relação ao novo negócio, 43,9% buscam a realização profissional, enquanto 36,6% responderam que desejam obter lucros e aumentar a renda da família.

4.3. CICLO DE VIDA DA EMPRESA

Segundo os autores citados no referencial teórico, as empresas têm o ciclo de vida definido de acordo com o conhecimento e habilidades do empreendedor no gerenciamento da empresa. Baseado neste conceito questionou-se os empreendedores sobre a forma de condução de suas empresas.

As Lan Houses são empreendimentos onde 80% dos donos cuidam de todos os setores da empresa e apenas 19,5% dos empreendimentos possuem estrutura organizacional definida.

No processo de tomada de decisão que é considerado por Santos (2007), um dos fatores fundamentais para se determinar a fase do ciclo de vida em que as empresas se encontram, em 90,2% dos empreendimentos apenas o dono toma as decisões. Quanto à formalização dos procedimentos administrativos, 75,6% não dispõem de procedimentos formalizados e as atividades são repassadas verbalmente aos empregados. 82,9% não realizam planejamento de curto ou longo prazo.

Com relação ao desempenho financeiro das empresas, 14,6%, têm previsão de lucro em curto prazo, 36,6% relataram que trabalham apenas de olho no caixa positivo e 48,8% esperam da empresa uma lucratividade estável e vão continuar observando os custos.

Os empresários têm como objetivos para a *Lan House* em 46,3% dos casos ampliarem sua capacidade de atendimento, 29,3% esperam abrir novas lojas e 24,4% querem expandir os serviços ofertados pela empresa. Apesar destes objetivos, não se observa nos empreendimentos pesquisados, medidas de planejamento e organização que caracterizem uma evolução nas habilidades do empreendedor e na gestão do negócio.

5. CONCLUSÃO

Para concluir esta pesquisa as considerações serão divididas em etapas. A primeira etapa traçará o perfil empreendedor do empresário. Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 86) citam que há um número significativo de mulheres trabalhando por conta própria sendo que atualmente, em alguns países, elas abrem 3 vezes mais negócios do que os homens. No caso das *Lan Houses* essa informação não se confirma, uma vez que os homens são 92,7% dos empresários destes empreendimentos.

Degen (1989) diz que há uma grande variedade de motivos que levam as pessoas a ter seu próprio negócio. Dolabela (1999) cita que famílias empreendedoras têm maior chance de gerar novos empreendedores de sucesso, que quase sempre têm um modelo, alguém a quem admiram e imitam. Neste sentido, 76% dos empreendedores das Lan houses têm alguém empreendedor em quem podem se inspirar. Outro fator significativo para o sucesso do

empreendimento é a formação do empreendedor: como citado nos resultados, 56,1% possuem formação apenas até o nível médio. Este dado confrontado com outro dado da pesquisa que é a escolha do ramo da atividade, indica que 46,3% optaram pelo ramo em estudo, por conhecimento. Isso indica que apesar da escolaridade que não chega ao nível superior, os empreendedores, no caso, têm conhecimento informal sobre o empreendimento.

As Lan houses do DF, são empreendimentos criados por jovens: 65,9% tem idade até trinta anos. Outro dado oferecido pela pesquisa é que 61% utilizaram recursos próprios, como capital, para a abertura do negócio.

Foi constatado nesta pesquisa que a administração das Lan houses se dá por meio de métodos informais de organização e os estabelecimentos são conduzidos por familiares, dispensando assim a contratação de empregados, fato confirmado pela pesquisa, onde 70,7% das empresas têm até dois empregados.

A segunda etapa do estudo consiste em identificar a fase do ciclo de vida em que as empresas do segmento Lan House se encontram. Dolabela(1999, p. 60) apresenta uma descrição que caracteriza bem a fase do ciclo de vida em que tais empreendimentos se enquadram. Para o autor, o dirigente da pequena empresa assume papéis multifuncionais, a capacidade de delegação é inexistente, o empreendedor faz tudo. Os dados apresentados mostram que 90,2% dos empresários tomam todas as decisões, 80,5% das empresas pesquisadas não dispõem de estrutura organizacional e 95, 1% das empresas têm no máximo quatro funcionários. Diante destes dados e utilizando o conceito de Ortega (2008), que relaciona as habilidades e os conhecimentos do empreendedor, com as etapas que uma empresa atravessa durante sua vida, constata-se que as empresas pesquisadas ainda estão na fase de concepção / existência. Pelos dados levantados, verifica-se nas Lan Houses abrangidas pelo estudo, também a confirmação do que foi descrito por Birley e Muzika (2001), quanto às características das empresas no estágio de concepção / existência: organização simples; o empreendedor faz tudo, inclusive a supervisão dos funcionários; planejamento e organização inexistentes ou rudimentares; o capital empregado é do empreendedor e de familiares.

A relação entre a fase de desenvolvimento do ciclo de vida das empresas com o perfil empreendedor do empresário confirma-se nos dados apresentados, pois como foi mencionado acima, o nível educacional muito influencia na forma como o empresário resolve os problemas da organização. Constatou-se que 95,1% das empresas pesquisadas não dispõem de ferramentas organizacionais para a administração e isto pode ter relação com o nível educacional dos empresários, dos quais 56,1% possuem formação até o nível médio.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO, Claudia Rosa; NOHARA, Juliana Jordan. **Monografia no curso de administração: guia completo de conteúdo e forma.** 2ª. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão.** São Paulo: Atlas, 2003.

BIRLEY, S. e MUZYCA, D. F. **Dominando os Desafios do Empreendedor.** São Paulo: Makron Books, 2001

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil:** Mariana Balboni. São Paulo:, 2007. Disponível em:< <http://www.cetic.br/tic/2006/indicadores-2006.pdf>.> Acesso em: 14 set. 2008.

DEGEN, R. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

_____. **Boa idéia! E agora?** Plano de Negócio, o caminho mais seguro para criar e gerenciar sua empresa, Editora Cultura, 2000.

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

DRUKER, P. F., **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship):** prática e princípios. 2a. Edição. São Paulo: Editora Pioneira Thompson, 2003.

FARREL, L. C. **Entrepreneurship** – fundamentos das organizações empreendedoras. São Paulo: Atlas, 1993.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2007**. Carlos Arthur Kruger Passos et al. Curitiba: IBQP, 2008. Disponível em:< [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00697DC7/\\$File/NT0003EF2A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00697DC7/$File/NT0003EF2A.pdf)>. Acesso em: 14 set. 2008.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **As Micro e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil**. Disponível em:< <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa/default.shtm>>. Acesso em: 27 out. 2008.

LEZANA, Álvaro G. Rojas. **Empreendedorismo e ciclo de vida das organizações**. Florianópolis: UFSC, 2001.

ORTEGARA, A. A. **A Cabeça do Empreendedor**. O Pensamento do fundador de uma empresa de sucesso. Florianópolis: Editora Insular, 2008.

REVISTA VEJA. **O rei do game**. Edição 1887, São Paulo: 12 de janeiro de 2005. Disponível em:< http://veja.abril.com.br/120105/p_084.html>. Acesso em: 13 out. 2008.

SANTOS, P. C. F., et al. Empreendedor por oportunidade versus necessidade: um estudo de caso com empreendedores Catarinenses. XXVII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA E PRODUÇÃO Foz do Iguaçu, **Anais**, 2007.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil**. 2003 – 2005. Brasília: SEBRAE, 2007 a.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: **um agente do desenvolvimento**. Disponível em:< <http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/institucional/quem-somos/sebrae-um-agente-de-desenvolvimento>>. Acesso em: 20 ago. 2008.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. Conheça as mudanças, os procedimentos e os benefícios.** Brasília: SEBRAE, 2007 b.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 1997