1

O Problema

Este capítulo dedica-se a apresentar questões relativas ao Empreendedorismo e o processo de identificação de oportunidades para criação de empresas, realizado por empreendedores, bem como apresentar o problema que será tratado pela pesquisa, o objetivo final do trabalho e, ainda, a delimitação e relevância do estudo.

1.1. Introdução

Empresas novas ou emergentes criam grande parte dos produtos e serviços inovadores que mudam a maneira que trabalhamos e vivemos (Bygrave, 1997).

Entre outros aspectos, o campo do Empreendedorismo estuda como novos negócios intencionados a criar produtos ou serviços foram inicialmente concebidos e subseqüentemente desenvolvidos, e com quais conseqüências (Davidsson, 2000). De forma geral, analisa as atividades associadas à percepção de oportunidades e à criação de empresas que as explorem (Bygrave, 1997).

Em todo mundo, o surgimento de novas empresas vem se destacando como uma questão de grande relevância para o crescimento econômico de um país, pelo seu potencial de criação de emprego e renda (Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2002). Embora ainda não haja comprovação estatística da existência de uma relação entre o nível de atividade empreendedora e os níveis subseqüentes de crescimento econômico de um país, existem crescentes indícios que sugerem que esta relação tende, cada vez mais, a se confirmar no contexto atual da sociedade global (Henderson, 1999; Reynolds, 1999).

Estima-se que no Brasil, em 2003, 13,6 milhões de pessoas estavam envolvidas com alguma atividade empreendedora, ou seja, 13% dos brasileiros estavam empreendendo, fato este que coloca o país em sexto lugar na classificação mundial (Global Entrepreneurship Monitor, 2003).

De acordo com o Sebrae (2002), entretanto, apesar de ser um dos dez países de maior nível de Empreendedorismo no mundo, a grande maioria destes novos empreendimentos brasileiros não alcança o sucesso, ou pior, fracassam nos primeiros anos de existência. (Sebrae, 2002).

Neste contexto, diversos estudos recentes (Global Entrepreneurship Monitor, 2002, 2003; Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2002) procuram identificar as principais razões que levam indivíduos a participar de atividades empreendedoras, classificando os empreendimentos segundo a motivação de seus empreendedores, dividindo-os basicamente em: empreendedores por necessidade ou empreendedores que detectam oportunidades.

O potencial de contribuição substancial de um empreendimento para a economia, pode vir a ser afetado antes de qualquer outro fator, pelo tipo de motivação presente no empreendedor no momento que decide iniciar um negócio. Empreendimentos iniciados por necessidade, muitas vezes pela simples falta de opção do indivíduo ou mero desejo pessoal de ser seu próprio chefe, podem levar o novo negócio ao insucesso (Global Entrepreneurship Monitor, 2002 p. 22). No Brasil, recentes pesquisas demonstram que 43% dos empreendimentos são motivados pela necessidade (Global Entrepreneurship Monitor, 2003).

Algumas questões relativas a este ponto em específico foram levantadas no estudo do Global Entrepreneurship Monitor, realizado em 37 países, no ano de 2002, entre as quais (p. 22):

Estariam os empreendedores motivados por necessidade envolvidos apenas em iniciativas relativamente simples e em pequena escala, que oferecem para seus fundadores-proprietários pouco mais que um auto-emprego? Seriam, portanto, apenas os empreendedores motivados por oportunidade, a única fonte de fato de empreendimentos inovadores e de “alto impacto”?

Segundo Kirzner (1973) a descoberta da oportunidade é o ponto principal do processo de empreendedorismo.

Sob esta perspectiva de que os empreendimentos motivados por oportunidades apresentam-se como os mais fundamentados e qualificados para alcançarem o sucesso, torna-se relevante analisar as diferentes fontes de oportunidades que são exploradas pelos empreendedores ou que estão disponíveis para eles.

Além de identificar quais e onde estão estas fontes de oportunidades, é necessário, ainda, entender quais são os fatores determinantes para sua

identificação e se alguma delas provê maiores e melhores condições para que os empreendedores as transformem em negócios de grandes resultados.

Empreendedores de sucesso entrevistados¹ nos Estados Unidos concordam que novas oportunidades de negócios surgem fortemente relacionadas: a uma solução para um problema específico; às mudanças do mercado e hábitos de consumo dos clientes; à escuta dos clientes, sobre o que eles desejam e não desejam (Hills & Shareder, 1998).

A identificação de uma oportunidade, por meio de um ou mais desses três pontos supracitados, não está necessariamente relacionada com o fato do empreendedor possuir, antes de iniciar seu negócio, um trabalho ou vínculo normal de emprego. Supõe-se, porém, que as possibilidades sejam maiores para aqueles que estão ativos em alguma empresa no mercado, onde encontram maiores chances de identificar e acessar as oportunidades, além de obter informações relevantes para que elas possam ser exploradas. Esta suposição é baseada na definição da *Taxa de Empreendedorismo por Oportunidade* do Global Entrepreneurship Monitor 2003 (p. 11):

A Taxa Empreendedorismo por Oportunidade é a proporção de pessoas que desenvolvem atividades relacionadas com a criação de novas empresas (start-ups) que têm por objetivo explorar uma oportunidade específica de negócio, muitas vezes por iniciativa de indivíduos que mantêm ao mesmo tempo um vínculo normal de emprego.

Conforme esta definição, o Empreendedorismo por oportunidade está, aparentemente, muito relacionado a empreendedores que estão inseridos em empresas, de onde detectam e identificam circunstâncias adequadas e favoráveis para a criação de novos negócios. Mas ainda assim, é de se esperar que as oportunidades possam ser identificadas pelos empreendedores em outros tipos de fontes, como a pesquisa científica, acadêmica, em uma inspiração do empreendedor ou mesmo, por uma moda ou tendência.

Desta forma, torna-se relevante compreender como os empreendedores identificam e tratam as oportunidades que desencadeiam a criação de suas empresas, elevando suas chances de sucesso.

O problema proposto a se investigar nesta pesquisa é então formulado: *Como os empreendedores que têm sido identificados como bem sucedidos em*

¹ Hills, G. (1997, Universidade de Illinois, Chicago) entrevistou 218 empreendedores através de um questionário onde perguntava as causas de uma oportunidade empreendedora, sendo que destes, 53 são considerados empreendedores de sucesso. Aproximadamente 92% dos entrevistados concordaram que a causa era relacionada a uma solução de um problema. Aproximadamente 70% concordaram estar relacionada a uma mudança do mercado ou hábito dos clientes e aproximadamente 89% em ouvir o que clientes desejam e não desejam.

seus empreendimentos identificam e tratam as oportunidades para criação de novas empresas?

Esta pergunta de pesquisa requer a tentativa de se responder a algumas outras questões assessórias:

- O que são oportunidades para o desenvolvimento de uma ação empreendedora de criação de um negócio e como categorizá-las?
- Que tipos de fontes de oportunidades podem melhor contribuir para o desenvolvimento de uma ação empreendedora de criação de um negócio?
- Como categorizar um negócio empreendedor de sucesso?
- Que tipos de tratamento inicial podem ser dados pelos empreendedores às oportunidades, de modo a elevar as suas chances de sucesso na implementação do negócio?

1.2. Objetivos

O objetivo final deste trabalho é, portanto, o de compreender como os empreendedores que vêm obtendo sucesso em seus empreendimentos identificam e tratam oportunidades de criação de novos negócios.

Visando alcançar este objetivo, os seguintes objetivos intermediários foram estabelecidos:

1. Com auxílio da literatura sobre o tema, identificar e categorizar as fontes de oportunidades que levam empreendedores a criarem novos negócios;
2. Identificar as fontes de oportunidades utilizadas por uma amostra de empreendedores segundo a categorização pré-definida;
3. Determinar, através de critério a ser estabelecido, os fatores e as características que indicam que determinadas oportunidades possuem maior propensão a gerar empreendimentos de sucesso;
4. Para um grupo selecionado de empreendedores – contido na amostra determinada pelo estudo e que atendam ao critério de sucesso pré-estabelecido – analisar como as oportunidades foram identificadas e tratadas em sua fase inicial para o desenvolvimento do novo negócio.

A pesquisa visa, entre outros propósitos, a auxiliar empreendedores no processo de detecção e tratamento de oportunidades para a criação de novos empreendimentos de sucesso.

1.3. Delimitação do Estudo

Entre outros aspectos, o objetivo deste estudo focaliza os fatores que determinam a criação de novas empresas através das fontes de oportunidades utilizadas por uma amostra de empreendedores de empresas brasileiras. O estudo foi realizado com um grupo de empreendedores dentre os quais foram identificados aqueles que indicam maiores chances de sucesso, segundo critério detalhado no Capítulo 3 (Metodologia).

A amostra de empreendedores é referente exclusivamente a empresas brasileiras. Adotou-se a definição de empresas nacionais apresentada na Constituição Federal do Brasil, ou seja, aquelas sob a titularidade de pessoas físicas domiciliadas e residentes no país que possuem a maioria do capital votante. Como forma de delimitação, o estudo restringiu-se, ainda, àquelas que não fossem franquias ou subsidiárias de empresas estrangeiras e que possuíssem, no máximo, 25 anos de existência desde sua fundação.

Não há, entretanto, restrições com relação ao porte das empresas. O estudo abrange de micros a grandes empresas, segundo critério de classificação estabelecido pelo BNDES.

De maneira análoga, não há delimitação geográfica com relação à localização de empresas dentro do território nacional.

Além disso, o estudo é delimitado por não abordar características, fatores ou particularidades relacionadas ao perfil dos empreendedores, empresas ou setores, no processo de identificação de oportunidades. Também não faz parte deste estudo a tentativa de descrever o processo de desenvolvimento dos novos negócios pelos empreendedores, após a detecção e tratamento inicial da oportunidade. Ainda que possuam grande influência no crescimento e sucesso do negócio, estes fatores, pessoais, comportamentais, corporativos e ambientais, não são aqui considerados.

A motivação inicial do empreendedor, seja ela a necessidade ou a detecção de uma oportunidade, também não delimita a amostra analisada neste estudo, podendo assim abranger empresas originadas pela necessidade de seus

empreendedores, mas que no decorrer do processo empreendedor envolveu a identificação e exploração de uma oportunidade.

1.4. Relevância

O Empreendedorismo é uma manifestação da capacidade humana que tem conquistado a dedicação de estudiosos e pesquisadores da Administração, não só pelo seu impacto social mas também por sua importância econômica (Barini, 2003).

Segundo o conceito de Schumpeter (1954, apud Fillion, 1998), as empresas poderiam ser revigoradas se incorporassem as atitudes e princípios do empreendedorismo às suas práticas administrativas. Os empreendedores são capazes de gerar mudanças, assumir riscos, criar, explorar idéias e acima de tudo, perceber e aproveitar oportunidades. Assim, as empresas poderiam estar melhor preparadas não apenas para adaptarem-se à cenários de incerteza e instabilidade, mas como também para se expandirem através de novas oportunidades de negócio.

Conforme citado anteriormente, o Brasil vem se destacando como um dos dez países de maior nível de empreendedorismo no mundo e, cada vez mais, cresce a percepção de que o desenvolvimento da atividade empreendedora pode ser um dos fatores decisivos para o desenvolvimento econômico do país. Dados como os divulgados pelo Sebrae (2003) reforçam a importância do empreendedorismo para a economia nacional: as micro e pequenas empresas foram responsáveis por 41% dos empregos no Brasil em 2002. Entretanto, grande parte dos novos empreendimentos fracassa por uma série de fatores, dentre os quais, pode-se destacar a motivação inicial do empreendedor juntamente com os fatores que o levaram a iniciar o negócio, e até possivelmente, a natureza da fonte de oportunidade detectada e a forma como ela foi tratada pelo empreendedor.

Assim, ao buscar trazer maior compreensão sobre o processo de identificação e aproveitamento de oportunidades, este estudo pode ter significativa relevância não apenas para o desenvolvimento dos empreendedores, bem como, indiretamente, para a dinâmica do desenvolvimento econômico do país.

Além disso, o capítulo de referencial teórico (Capítulo 2) realiza um levantamento e mapeamento dos estudos de Empreendedorismo nos principais

meios de divulgação da pesquisa em Administração no Brasil, o qual demonstra haver um número ainda pequeno de estudos focados na identificação, reconhecimento e tratamento de oportunidades. Assim, não apenas empreendedores e empresas poderão se beneficiar com os resultados apresentados nesta dissertação de mestrado, mas também pesquisadores e interessados no tema.

Este capítulo definiu o problema e os objetivos desse trabalho. O próximo capítulo traz uma revisão literária do tema. O Capítulo 3 descreve o método de pesquisa utilizado no estudo. O Capítulo 4 apresenta a análise dos resultados obtidos na pesquisa de campo e o Capítulo 5 apresenta, finalmente, as principais conclusões, considerações finais e sugestões para futuros estudos.