

EMPREENDEDORISMO: CIÊNCIA OU INTUIÇÃO? UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NO MUNICÍPIO DE FRANCA-SP (2005-2008).

Adriana Cristina de Araújo (Bolsista IC – Uni-FACEF)
Orientador: Hélio Braga Filho (Uni-FACEF)

1. Breve Relato

O empreendedorismo é um tema que está sendo constantemente abordado nos dias atuais e debatido por diversos autores, porém sua caracterização é bastante ambígua.

Assim, de acordo com o artigo “Empreendedorismo ou roleta russa?”, apresentado no II Encontro de Iniciação Científica do Uni - Facef 2008, cujos resultados apresentados através de uma pesquisa de amostragem aleatória tendo como referência vários segmentos de mercado (lojas de vestuário, moda íntima, estacionamento, banca de pesponto, varejo, loja de material de construção, revenda de agropecuários, fábrica de lajes, de doces caseiros etc.), totalizando dezesseis empresas; proporcionou uma contribuição inicial de forma a instigar em aprofundar com o presente artigo.

A pesquisa revelou que os entrevistados participam diretamente dos negócios como investidores proprietários (92,3%) e gerentes (7,7%); a formação escolar predominante desses “empreendedores” foi de 46,1% ensino médio completo; 15,4% ensino superior completo e 38,5% representam o ensino médio incompleto.

As empresas pesquisadas possuem um tempo médio de existência de dois anos e com uma média de quatro funcionários.

A pesquisa constatou que os motivos que os levaram a investir no ramo prevaleceram 46,1% oportunidade de abrir o negócio, 30,8% por vocação, 15,4% necessidade e 7,7% falta de perspectiva profissional em empregos anteriores. Nenhum dos pesquisados utilizou como parâmetros na decisão de investir análise

de mercado, viabilidade do empreendimento, grau de retorno e risco do investimento – plano de negócio.

Os parâmetros utilizados para 53,8% da amostragem foram baseados em pura intuição, segundo os entrevistados tiveram uma visão de oportunidade; 38,5% se basearam em empreendimentos que estavam prosperando no ramo e 23,1% disseram ter trabalhado como funcionário na área e por isso optou em abrir seu próprio negócio. Esta última questão abria possibilidade para o entrevistado responder mais de uma alternativa como pode ser observado.

Do ponto de vista da função Schumpeteriana evidência nos entrevistados características de “empresário-capitalista” que procura a maximização do lucro, e não de “empresário-empendedor” que busca a inovação, a criação de novos métodos e produtos, ou seja, a ‘destruição criadora de Schumpeter’.

Justifica-se, portanto, desenvolver um projeto que venha a destacar o tema e que possa identificar os subsetores da atividade econômica no município de Franca-SP com maior número de estabelecimentos (concentração) e verificar em empresas recém abertas, que atuam nos setores da indústria de transformação e no comércio varejista local, quais foram os fatores que levaram e preceitos adotados pelos seus respectivos “empendedores” na decisão de investir, uma vez que se percebe que a formação da cultura empreendedora do país é um mal que está arraigado na história, e que vem a desenrolar até os dias atuais sem preocupação governamental.

2 - Introdução

A formação da cultura empreendedora no Brasil.

O desenvolvimento do Brasil no que se refere à parte econômica, social e política foi germinada sob parâmetros de dependência e subordinação. A formação da cultura no país esteve por alguns séculos presa ao molde agrário-exportador, caracterizando por sua vez uma economia submetida às ordens dadas de fora para dentro.

“Até 1822 o Brasil era uma colônia portuguesa administrada de acordo com restrita política mercantilista; Isto é, não se permitia o

desenvolvimento de qualquer indústria e os produtos manufaturados deveriam ser comprados dos portugueses e ingleses, em troca das matérias-primas nacionais. Esta política mercantil foi levada a tal extremo que era vedada à Colônia a instalação de imprensa e proibido o ensino superior. [...] O Brasil, embora sobre o regime republicano, de 1889 a 1930, foi governado por uma oligarquia fechada, que representava principalmente os interesses rurais de dois estados: São Paulo e Minas Gerais.”¹

Assim sendo, a colônia era subordinada de modo econômico, político e cultural à metrópole, o que inferi que a formação histórica do país condiz com seu atraso e subdesenvolvimento.

Desta maneira, a partir da crise de 1930 (Wall Street), conhecida também como a grande depressão econômica que afetou as economias mundiais, é que o desenvolvimento brasileiro deixou de ser dirigido pela agricultura e abre espaço para a industrialização.

Em relação aos países desenvolvidos que haviam sido propulsores da Primeira e da Segunda Revolução Industrial o país iniciava à sua industrialização, deixando para trás as correntes da economia agrário-exportadora.

Porém, mesmo com o auxílio do governo federal em um país com abundâncias naturais invejáveis, fazia-se necessário um fator insubstituível para o crescimento sustentado da economia, o “empresário-empendedor”.

Todavia, por se tratar de uma economia subdesenvolvida, algum empecilho se apresentaria para obstruir o desenvolvido e crescimento econômico do Brasil.

“[...] outro conceito que tem sido objeto de desmedido entusiasmo em trabalhos sobre desenvolvimento econômico, os quais nunca se cansam de explicar o atraso dos países subdesenvolvidos ou como resultado da ação de ‘forças eternas’ ou por um conjunto de reflexões reunidas ao acaso, e aparentemente profundas, mas que, de fato, são extremamente superficiais. A essa última categoria pertence à lamentação pela falta de ‘capacidade empresarial’ ou de ‘espírito de empresa’ nos países subdesenvolvidos, a cuja existência abundante se deve creditar o progresso econômico dos países capitalistas ocidentais. [...], os economistas [...] destacam e dão ênfase ao papel crucial desempenhado pelo ‘empresário inovador’ na promoção do desenvolvimento econômico.”²

Baran retrata o empresário inovador de acordo com a visão schumpeteriana, como um componente fundamental do processo de

desenvolvimento econômico, um agente capaz de realizar com eficiência as novas combinações, mobilizar crédito bancário e empreender um novo negócio.

Contudo, a herança colonial que foi legada ao Brasil agravou de modo considerável a formação de um capital humano que pudesse posteriormente orquestrar harmoniosamente o crescimento e o desenvolvimento econômico do país.

Assim, enquanto a empresa moderna avançava cada vez mais dentro do capitalismo norte-americano por volta da década de 1880, o Brasil se mantinha envolvido em uma economia agrário-exportadora, sendo assim, não era de se presumir que os industriais do capitalismo periférico latino-americano tivessem as mesmas habilidades dos antecessores da indústria dos países industrializados do capitalismo central.

“[...] a partir da década de 80, surgiu a moderna empresa industrial nos Estados Unidos – a corporation - capaz de integrar em massa com distribuição em massa. A partir dos anos 80 o processo de concentração e centralização do capital acelerasse nos Estados Unidos, através de dois caminhos básicos: [...]. O primeiro caminho constituiu, desde o início, oligopólios ou monopólios, [...]. Algumas dessas empresas tornaram as primeiras ‘multinacionais’. Além disso, todas [...], sendo por isso auto financiadas [...] eram, em consequência, empresas fechadas (e quase familiares). O segundo caminho, o das fusões das empresas industriais com redes comerciais já existentes, [...].”³

Destaca-se assim o “modern capitalism”, que se desenvolveu na América do Norte (Estados Unidos) e que praticava os princípios da administração científica, devido às empresas de grande porte que formavam as denominadas S/A.

Pode-se observar que no Brasil, a industrialização frenética do século XX – em torno das décadas de 1950 e 1960 – ressaltava algumas características do capitalismo fora do tempo, no que diz respeito às empresas e aos empresários.

“O padrão mais difundido de direção dos empreendimentos industriais no Brasil continua a basear-se na autoridade obtida pelo controle da propriedade. [...] Entretanto, como a propriedade da empresa se restringe, em geral, aos grupos familiares, [...], além de participarem das decisões fundamentais das empresas (por exemplo, a determinação de novos investimentos), que constitui praticamente um corolário do sistema de apropriação privada, os proprietários das ‘empresas clônicas’ exercem intensa atuação administrativa. [...]. Em geral, não apenas a administração

*faz-se através de membros da família proprietária, como a maior soma de autoridade é exercida unipessoalmente pelo 'patriarca' chefe da família.*⁴

Assim, torna-se evidente que em empresas de pequeno porte o “empresário-empreendedor” é simultaneamente o “empresário-capitalista” (proprietário), não havendo o isolamento do capitalista (proprietário do capital) da função schumpeteriana. Deste modo, tal administração trás certas inconveniências, deixando a função estratégica para segundo plano e dando ênfase nas atividades operacionais.

*“Se considerarmos o conjunto das empresas em que o controle familiar vigora, é inegável que a rotina [...] e o temor da perda de controle do empreendimento são os fatores que interferem no sentido da manutenção do padrão familiar de administração. Perdem-se muitas oportunidades de expansão das empresas para garantir-se a possibilidade das fábricas estarem ‘sob o olhar do dono’. Valoriza-se mesmo a rotina, [...]. Há um setor da indústria que acha ser uma vantagem o fato de aferrar-se as formas tradicionais de atividade. Assim, fazem a mesma coisa que o pai, o avô e o bisavô fizeram.”*⁶

De um modo geral, pode se dizer que os industriais brasileiros realizavam as funções de proprietário (empresário-capitalista) não comprometendo os padrões familiares de administração, prendendo-se as rotinas administrativas de modo a não fugir dos métodos tradicionais das atividades e se dedicando cada vez menos a parte estratégica do empreendimento.

Entretanto, é fundamental ressaltar estudos realizados pelo Luiz Carlos Bresser Pereira *Empresários e Administradores no Brasil* e o de Fernando Henrique Cardoso *Empresário Industrial e Desenvolvimento Econômico no Brasil* (1964), trazem luz sobre a origem dos empreendedores. Bresser questiona a origem oligárquica do empresariado industrial. Conclui que a grande maioria era constituída de estrangeiros ou filhos de estrangeiros sem vínculos com a aristocracia cafeeira. Está conclusão ganha relevância para entender os conflitos entre os cafeicultores que, apesar de reconhecerem a importância da industrialização, se opunham à proteção da indústria nacional e do empresariado nacional desejoso de obter recursos do Estado para sua empreitada modernizadora. Fernando Henrique Cardoso sustenta ponto de vista semelhante. Sua pesquisa observa que a oligarquia cafeeira comercial e os empresários

industriais constituíam dois grupos de origem étnica distinta e socialmente separados (MARCOVITCH, 2003).

Percebe-se que parte do nosso atraso e subdesenvolvimento está enraizado na própria formação histórica do país, a qual está relacionada com uma cultura que foi por muitos anos disseminada de maneira reprimida a aceitar sem questionamentos absolutamente tudo que lhe era imposto.

3. Empreendedorismo

O tema empreendedorismo está incessantemente sendo utilizado, porém sua definição é bastante peculiar e ambígua. Muitos acreditam saber, contudo não conseguem definir exatamente o que seja. Com isso o projeto pretende compreender melhor o que é empreendedorismo, já que os empreendedores contribuem de forma significativa na geração de força de trabalho e conseqüentemente no desenvolvimento econômico do país e formação de riquezas.

O projeto suscita discutir e refletir o conceito de “empresário-empendedor” e suas distinções com o “empresário-capitalista”, deixando claro a importância da fusão de ambos para a obtenção da excelência dos resultados desejados, tendo em mente que as melhores oportunidades surgem quando se têm informações que contribuem para o conhecimento e crescimento econômico.

No meio acadêmico não existe uma definição conclusiva sobre empreendedorismo, pois não existe um empreendedor típico (BIRLEY e MUZYKA, 2001).

No entanto, o termo é entendido como as pessoas que criam os seus próprios negócios, normalmente conectados à inovação, ao aproveitamento de oportunidades e à audácia. Pode ser visto também como um processo de criação de algo diferente, com valor, devido à dedicação e esforço de alguém que assuma os riscos financeiros, psicológicos e sociais que busque as recompensas

resultantes na forma de satisfação pessoal e monetária (HISRICH e PETERS, 1986).

Podendo ter a função de engajar-se em atividades de arbitragem lucrativa, comprando mercadorias a um preço mais baixo que o esperado, e/ou vendendo produtos/serviços a um preço acima da média (HAMILTON e HARPER, 1994).

Schumpeter (1949) afirma que a função empreendedora não pode ser incorporada por uma única pessoa, pois ela deve ser exercida cooperativamente. E que o empreendedor é o “homem que faz as coisas serem feitas e não necessariamente o homem que as inventa”. É o indivíduo que tem comportamento pró-ativo, o qual deseja pensar e agir por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção (DOLABELLA, 1999).

Vries (2001) acrescenta que os empreendedores parecem ser orientados para realizações, gostam de assumir a responsabilidade por suas decisões e não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro. Segundo o autor, são criativos possuem altos níveis de energia e altos graus de perseverança e imaginação que, combinados com disposição para correr riscos moderados e calculados, os capacitam a transformar o que freqüentemente começa como uma idéia muito simples e mal definida, em algo concreto. Tendo a disposição em buscar oportunidades, independente dos recursos disponíveis (STEVESON e JARILLO, 1990).

Ao analisar as diversas definições vistas até então, a de Dornelas (2001) sintetiza: “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

Uma das grandes diferenças entre o empreendedor e as pessoas que trabalham em organizações é que o empreendedor define o objetivo que vai determinar seu próprio futuro (FILION, 1999) de forma visionária e avaliada, além de desenvolver as mesmas atividades de planejar, organizar, dirigir e controlar de um “empresário-capitalista”.

Segundo Dornelas (2001) o empreendedor pode ser diferenciado de um administrativo por cinco dimensões distintas de negócio: orientação estratégica, análise das oportunidades, comprometimento dos recursos, controle dos recursos e estrutura gerencial. Sendo assim, o empreendedor busca atingir uma estratégia de vanguarda conciliando com análise e planejamento da organização, e não simplesmente se limita a atividade diária de um administrador.

Por outro lado, para Schumpeter (1961) o capitalista é investidor, detém a propriedade dos recursos. O empreendedor é aquele que combina recursos pela primeira vez, dando a forma do negócio, ou seja, o conceito de empreendedor exclui aqueles que somente têm como função operar negócio já estabelecido, não é necessário ser ele o autor da inovação, mas ser o condutor dos meios de produção para novos canais.

Devido então a complexidade e ambigüidade que há em torno do “empresário-empendedor” e “empresário-capitalista” é que este projeto tem a intenção de esclarecer e apresentar, se as empresas recentemente fundadas no município de Franca-SP tiveram ou não uma ação empreendedora da função Schumpeteriana.

4. Atividade Empreendedora

Existe, hoje, uma grande preocupação em promover o desenvolvimento econômico e a prosperidade das nações. No entanto, este desafio se torna ainda maior quando esta busca é feita através da promoção de progresso e bem-estar das sociedades e, conseqüentemente com sustentabilidade.

Nunca o empreendedorismo foi tão estudado e discutido como nos tempos atuais. Uma das maiores pesquisas relacionadas ao empreendedorismo envolvendo cerca de 40 países, o *GEM- Global Entrepreneurship Monitor* – é uma pesquisa internacional liderada pela London Business School e o Babson College

(EUA) - cuja proposta é avaliar o empreendedorismo no mundo a partir de indicadores comparáveis.

Desde 1999, quando realizou seu primeiro ciclo, até hoje, o estudo envolveu mais de 40 países de todos os continentes e dos mais variados graus de desenvolvimento econômico e social, tornando-se a investigação de maior escopo em sua área, conforme descreve o relatório executivo de 2005, na qual o Brasil participa desde o ano 2000.

Este estudo define o empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas, ou seja, qualquer tipo de atividade.

O interessante, e que precisamos enfatizar, é que esta atividade empreendedora ocorre tanto no estágio inicial do negócio, como em empresas ou negócios já estabelecidos, o que garante o desenvolvimento permanente do negócio através do processo constante de inovação e busca de oportunidades.

Baron e Shane (2007), mencionam que *a visão de que o empreendedorismo é um processo, em vez de um evento único, certamente não é nova*, o que reitera a idéia de que ele ocorre em vários estágios do negócio. Eles complementam que há um crescente consenso na área quanto à utilidade e correção de se enxergar o empreendedorismo como um processo que se desenvolve ao longo do tempo e se move por meio de fases distintas, mas intimamente relacionadas.

Estas fases são identificadas com o reconhecimento de uma oportunidade, em seguida com a reunião de recursos para desenvolver a oportunidade e por último a implementação da oportunidade, caracterizando o empreendedorismo como um processo. É importante considerar, mais uma vez, que estas fases se repetem em negócios já existentes.

Portanto, Baron e Shane (2007) destacam o *empreendedorismo, como subdivisão da área de negócios, é um campo de estudos que busca entender como surgem as oportunidades para criar novos produtos ou serviços, novos*

mercados, processos de produção, formas de organizar as tecnologias existentes ou matérias-primas e como são descobertas por pessoas específicas, que então usam meios para explorá-las ou desenvolvê-las, o que justifica o empenho de pesquisadores em estudos relacionados a esta atividade, considerando os benefícios econômicos e sociais que ela provoca com a geração de riqueza e criação de empregos.

Desta forma, a prática do comportamento empreendedor implica na análise e no desenvolvimento de variáveis relacionadas: ao comportamento do indivíduo no que diz respeito às suas habilidades técnicas, seus traços de personalidade e seus talentos; aos seus relacionamentos interpessoais que envolvem clientes, fornecedores, sócios, bancos, investidores, concorrentes, entre outros e; variáveis relacionadas ao contexto social, no qual, o ambiente em que o empreendedor desenvolve seu negócio exercerá influência nos resultados porque dependem, das mudanças políticas e governamentais, tecnológicas, demográficas e sociais.

Portanto, estas informações reforçam a necessidade de entendermos o empreendedorismo como um campo de estudo no qual, sua prática depende de conhecimentos ligados a áreas de estudos como ciências econômicas, administrativas, sociais e do comportamento. De acordo com DEGEN (2005), *o sucesso do empreendedor não depende do fator sorte, mas sim da aplicação sistemática de técnicas gerenciais sintonizadas para o desenvolvimento de novos empreendimentos.*

Outro aspecto que precisamos observar na atividade empreendedoras se refere à classificação da motivação para empreender divididas aqui em motivação por oportunidade quando o empreendedor identifica um novo nicho de mercado a ser explorado ou uma nova forma de oportunidade e, motivação por necessidade quando o empreendedor busca suprir, por falta de opção, uma ocupação ou renda.

As pesquisas do GEM de 2005 sugerem que existe relação entre a motivação predominante para empreender em um país e as chances de sobrevivência dos novos negócios. Aparentemente, essas são superiores em países em que são maiores as proporções de empreendimentos orientados por

oportunidades. No Brasil, a motivação dos empreendedores iniciais tem-se mantido praticamente inalterada ao longo dos anos. Embora a maioria dos empreendedores seja orientada por oportunidade, a presença daqueles que empreenderam por necessidade é bastante alta se comparada à maioria dos países participantes do GEM.

O Brasil ocupou em 2005 a 15ª posição no *ranking* do empreendedorismo por oportunidade (taxa de 6,0%) e a 4ª posição no *ranking* de empreendedorismo por necessidade (taxa de 5,3%). A razão entre as duas taxas (1,1) é a 34ª entre os países pesquisados.

Assim, equiparando com os dados da última pesquisa realizada pelo GEM 2008 o Brasil ocupou a 13ª posição no ranking mundial de empreendedorismo. A Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) brasileira foi de 12%, o que significa que de cada 100 brasileiros em idade adulta (18 a 64 anos) 12 realizavam alguma atividade empreendedora até o momento da pesquisa. (GEM, 2008).

Essa taxa está relativamente próxima da média histórica brasileira, que é de 12,72. Pela primeira vez desde que a pesquisa foi iniciada no Brasil, o país ficou fora do grupo dos dez países com maiores taxas de empreendedorismo. A mudança se deve principalmente à alteração no conjunto de países participantes da pesquisa GEM 2008 e não significa necessariamente uma piora relativa do Brasil. (GEM, 2008).

Podemos destacar sob a ótica do GEM 2008, que entre os países analisados o Brasil apresentou uma das taxas mais baixas de lançamentos de produtos considerados novos, ou seja, desconhecidos para o consumidor.

A pesquisa ressalta que embora o empreendedorismo seja um tema de interesse do meio empresarial, político e acadêmico por ser importante e responsável pelo desenvolvimento e crescimento econômico de um país, a maioria dos empreendedores nacionais, não participou de atividades relacionadas à abertura de negócios, principalmente em sua formação educacional – ensino fundamental, médio e superior - e não participou de outras atividades que agregassem conhecimentos sobre empreendedorismo.

Assim, apesar do Brasil demonstrar que possui grande capacidade empreendedora, evidencia-se ainda a influência do empreendedorismo por necessidade em relação aos demais países.

5. Disparidades que contribuem para uma possível saturação das atividades econômicas no espaço econômico local.

A atual conjuntura econômica do Brasil tem se apresentado de forma severa tanto para a classe operária como para os detentores dos meios de produção. Os produtores por sua vez, enfrentam a concorrência elevada do número de ofertantes e por outro lado a demanda não tem aumentado no mesmo ritmo, o que acaba gerando a redução dos preços dos produtos e conseqüentemente da margem de lucro.

Steindl (1983), destaca que as firmas de custo mais elevado ou com menor flexibilidade financeira, aspectos que em geral são mais encontrados entre as pequenas firmas, não serão capazes de suportar a tensão, sendo forçadas a abandonar o mercado.

Considerando que as atividades desenvolvidas no âmbito do espaço local baseiam-se provavelmente na expectativa do lucro e na acumulação de capital, quando ocorre o crescimento exagerado de empresas pertencentes a um mesmo ramo de atividade, possivelmente esta concentração ocasionará uma situação de saturação.

Deste modo, os trabalhadores encontram-se em uma situação complicada devido ao crescimento do desemprego, declínio do seu rendimento nominal, insuficiente aumento do PIB, surgimento cada vez maior do setor informal que associado à taxa real de juros elevados retrai o consumo e a atividade econômica.

O tamanho de um mercado se dá por três fatores principais: o tamanho da população, sua renda e a integração da economia como um todo. Para que haja a integração dessa economia é necessário que se obstrua todas e quaisquer barreiras que atrapalhem a circulação de mercadorias dentro desse território, como por exemplo, através da melhoria da rede de transportes e da distribuição populacional. O tamanho da população e o seu

nível de renda dependem em contrapartida, de outros fatores; pode-se dizer que, à medida que a população e respectiva renda crescem, o mercado de consumo se expande, pois, verifica-se o equilíbrio face ao aumento simultâneo entre oferta de bens e serviços e demanda efetiva pelos mesmos; diferentemente, quando a população e sua renda diminuem, o mercado de consumo se retrai. (SINGER, 1988).

Assim, considerando o mercado local, sucintamente, pode-se para uma melhor compreensão destacar que o tamanho do mercado é uma função da quantidade e da renda dos habitantes, ou seja, o mercado está relacionado com as variações das quantidades de habitantes e renda combinados com a economia como um todo.

Percebe-se, que quando há crescimento populacional e de renda per capita, que o mercado de consumo aumenta, ocorrendo o inverso quando a população e sua renda diminuem, assim como quando a população aumenta e a renda permanece inibida o mercado se mostrará contraído.

Desta maneira, destaca-se que as variáveis população e renda ao oscilarem em sentidos opostos influenciaram o mercado local de modo a sofrer os efeitos dessa oscilação, considerando em dado momento uma população elevada com pequeno poder aquisitivo, o que por sua vez propiciará o surgimento de estabelecimentos de porte menor que concomitantemente fará crescer a concorrência entre os produtores, ocasionada pelo aumento dos estabelecimentos de portes menores, ocorrendo um aumento gradual da oferta da mão de obra em contrapartida com uma demanda inferior, provocando deste modo queda dos salários nominal dos trabalhadores, levando a economia a um estado de concentração.

(...), se uma indústria apresenta lucros elevados, é de se esperar que novas empresas venham a se estabelecer nessa indústria buscando compartilhar esses lucros extraordinários. Simetricamente, se uma indústria apresenta desempenho deficitário, algumas empresas desejarão encerrar as atividades e transferir-se para indústrias mais atraentes. Nos setores superavitários, aumento de oferta, conseqüente à adição de capacidade, reduz preços e contrai lucros enquanto nos setores deficitários, a redução da oferta, conseqüente à saída de empresas, contrai a oferta e eleva os lucros. (KUPFER,2002)

De acordo com estes preceitos, o trabalho em questão levantará no espaço local se as atividades que nele se desenvolvem atingiram ou não determinado grau de saturação, o que contribui muito com o aumento da concorrência, redução de preços e conseguinte redução da margem de lucro, entre outros fatores.

6. Os empreendimentos realizados entre os anos de 2005 até 2008 no município de Franca/SP basearam-se em critério científico ou apenas em intuição?

Pesquisa em andamento.

Referências

BRADLEY, Jana. **Methodological issues and practices in qualitative research**. Library Quarterly, v. 63, n. 4, p. 431-449, Oct. 1993.

BARON, Robert A. e SHANE, Scott A. **Empreendedorismo – uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. (editores acadêmicos) **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Pearson Education, 2001. pp.4-7.

BRAGA FILHO, H.; CUNHA, S. A. A . B.; ARAÚJO, E. A.; ARAÚJO, A. C. **Empreendedorismo ou roleta russa? In: IX Encontro de Pesquisadores do Uni-FACE**. Franca-SP, 2008.

- DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor – fundamentos da iniciativa empresarial.** São Paulo: Makron Books, 2005.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- FILION, Luis Jacques. Empreendedores e Proprietários de Pequenos Negócios. Revista USP – **Revista da Administração**, São Paulo, 1999.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2005 – relatório executivo.** Curitiba: 2006.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2008 – relatório executivo.** Curitiba: 2009.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- KUPFER, David & HASENCLEVER, Lia. **Economia industrial – fundamentos teóricos e práticos no Brasil.** 2.ed. São Paulo: Campus, 2002.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Establishing a new business venture unit within a firm. **Journal of Business Venturing**, v.1, p.307-322, 1986.
- HAMILTON, Robert T.; HARPER, David A. The entrepreneur in theory and practice. **Journal of Economic Studies.** v.21, n.6, pp.3-18, 1994)
- MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing.** São Paulo: Atlas, 1999.
- MARCOVITCH, Jacques. **Pioneiros e Empreendedores: A Saga do Desenvolvimento no Brasil.** V.1-São Paulo: Editora da universidade de São Paulo, 2003.
- SCHUMPETER, J. A. Economic theory and entrepreneurial history In: **Change and the entrepreneur:** postulates and patterns of entrepreneurial history Cambridge-Mass: Harvard University Press, 1949.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico.** Editora Fundo de Cultura, Rio de Janeiro, 1961.
- SINGER, Paul. **Dinâmica populacional e desenvolvimento.** 4.ed. São Paulo. Hucitec, 1988
- STEINDL, Josef. **Maturidade estagnação no capitalismo americano.** Traduzido por Leda Maria Gonçalves Maia. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

STEVENSON, H. H.; JARILLO, J. C. A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. **Strategic Management Journal**; 11, ABI/INFORM Global, p. 17-27, Summer 1990.

VRIES, M. K. Rebeldes criativos com causa. In. BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. (editores acadêmicos) **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Pearson Education, 2001. pp.4-7

¹ BAER, Werner. **A industrialização e o desenvolvimento econômico do Brasil**. Tradução: Paulo de Almeida Rodrigues. – 7.ed. – Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1988. p.6

² BARAN, Paul. **A economia política do desenvolvimento**. Tradução: S.Ferreira da Cunha. – São Paulo: Abril Cultural, 1984. (Os economistas). P.208

³ TEIXEIRA, Aloísio. Estados Unidos: a “curta marcha” para a hegemonia. *In*: Estados e moedas no desenvolvimento das nações. José Luis Fiori (org.). – Petrópolis, RJ: Vozes, 1999. p.167.

⁴ CARDOSO, Fernando Henrique. **Empresário industrial e desenvolvimento econômico no Brasil**. – São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1964. p.95.

⁵ CARDOSO, Op. Cit; p.96.