

O PAPEL DA UNIVERSIDADE NA FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES NO MUNICÍPIO DE CAMPO MOURÃO

Andrieli Ariane Borges Avelar (IC), (UNESPAR/FECILCAM), andri-avelar@hotmail.com
João Marcos Borges Avelar (OR), (UNESPAR/FECILCAM), jmavelar@yahoo.com.br

RESUMO: O presente trabalho analisou o grau de importância da formação universitária, no curso de administração ou áreas afins, para o processo de gestão das empresas do município de Campo Mourão. O objetivo da pesquisa foi identificar se há melhores resultados nas empresas nas quais o gestor tem uma formação universitária em administração de empresas ou áreas afins, ou se há melhores resultados nas empresas em que o gestor tem uma vasta experiência profissional na área em que atua. A metodologia utilizada consistiu em pesquisa bibliográfica e na aplicação de questionários e entrevistas a empresários do município de Campo Mourão.

PALAVRAS-CHAVE: *Empreendedorismo. Empresários. Formação universitária.*

1 INTRODUÇÃO

O presente projeto teve por objetivo verificar a importância da formação acadêmica em administração de empresas ou áreas afins, para os empreendimentos no município de Campo Mourão. Buscou-se descobrir qual empreendimento apresenta melhor desempenho: aquele administrado por um gestor com formação específica na área, ou aquele administrado por um gestor que tenha conhecimento empírico e grande experiência na área de atuação.

Para alcançar o objetivo proposto foi realizada uma pesquisa de campo no município selecionado. Primeiramente, foi solicitado à Prefeitura Municipal de Campo Mourão uma listagem com a quantidade de empresas existentes no município, na sequência, por meio de uma fórmula estatística, identificou-se o número de amostras necessárias para a realização das entrevistadas. As empresas foram selecionadas de forma aleatória para a aplicação dos questionários.

2 EMPREENDEDORISMO

Segundo Hisrich in Dornelas (2005, p.29), a palavra empreendedor vem do francês (*entrepreneur*) e significa “aquele que assume riscos e começa algo novo”. Já com Pereira & Santos (1995), temos a seguinte definição: empreendedores são pessoas inovadoras e ousadas que buscam criar um produto novo ou uma nova forma de oferecer algum serviço já existente, entretanto, ele deve estar preparado para assumir riscos e dedicar-se ao seu negócio. Por outro lado, conforme BARON & SHANE, (2007,p.7)

O empreendedorismo envolve reconhecer a oportunidade para criar algo novo e isso não precisa ser um novo produto ou serviço. Muito pelo contrário, pode se tratar de reconhecer uma oportunidade para desenvolver um novo mercado, usar uma nova matéria-prima ou desenvolver um novo meio de produção, para mencionar apenas algumas possibilidades.

Para Dornelas (2005), o empreendedorismo segue a seguinte linha do tempo: o primeiro empreendedor foi Marco Polo, por tentar estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Já na Idade Média, utilizava-se este termo para a pessoa que gerenciava grandes projetos de produção. No século XVII, o empreendedorismo, pela primeira vez, foi relacionado com assumir riscos, pois neste século o empreendedor fazia um acordo contratual com o governo a fim de fornecer produtos e serviços. Como nessa época os preços eram prefixados, o empreendedor arriscava ter lucro ou prejuízo. No século XVIII diferenciou-se empreendedor e capitalista pela primeira vez, este fato se deve à Revolução Industrial.

Ainda de acordo com Baron & Shane (2007) o campo do empreendedorismo está relacionado a outros campos como a economia, ciências do comportamento e sociologia. Entender um pouco de cada um desses campos é fundamental para compreender o empreendedorismo.

De forma análoga, as disciplinas economia, ciências do comportamento e sociologias podem ajudar a fornecer respostas a outras perguntas básicas abordadas pelo campo do empreendedorismo, como: “Por que algumas pessoas reconhecem as oportunidades e outras não?”, “Por que alguns empreendedores são muito mais bem-sucedidos do que outros?” e” Por que alguns meios para desenvolver as oportunidades são mais eficazes do que outros?”. Assim, fica claro que o campo do empreendedorismo não existe em um vácuo intelectual; pelo contrário, suas raízes estão firmemente assentadas em várias disciplinas mais antigas que juntas, lhe dão sustentação para compreender um dos mais complexos - e importantes - processos de negócios que existe (BARON & SHANE, 2007, p.11).

Tanto Dornelas (2005) quanto Baron & Shane (2007) afirmam que o empreendedorismo é de extrema importância para o mundo, pois os empreendedores são os propulsores da economia.

2.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

No Brasil, de acordo com Dornelas (2005), o empreendedorismo tem aumentado desde os anos 90, alguns dos principais motivos são a tentativa de estabilidade econômica e a imposição da globalização. Visando a aumentar a competitividade, as empresas passaram a reduzir custos e como consequência a demitir funcionários. Os ex-funcionários destas empresas sem opções de empregos começaram a criar seus próprios negócios. Ainda Segundo Dornelas (2005)) e Pereira & Santos (1995), até os anos 80 era incomum as pessoas se aventurarem no empreendedorismo, alguns consideravam insano um jovem abrir sua própria empresa após terminar a faculdade, até mesmo porque as faculdades de administração eram voltadas para a formação de profissionais para administrar grandes empresas e não para o empreendedorismo.

Quando este cenário mudou, as escolas de administração, os profissionais experientes e os jovens estavam despreparados para o novo contexto, mas com o passar do tempo o empreendedorismo passou a ser respeitado devido a sua importância para economia do país.

As pessoas são fortemente influenciadas, em algum momento do ciclo da vida, pela ideia de conquistar um emprego seguro. Alguns, nas décadas de sessenta e setenta, almejavam trabalhar em uma grande empresa, seja estatal, privada ou multinacional. Aqueles que tiveram a oportunidade de frequentar um curso superior, certamente, se prepararam para assumir uma função técnica ou gerencial dentro de uma empresa, como empregado. Pouca ou nenhuma ênfase – ou estímulo - foi destinada para orientar os estudantes a considerarem a opção de criar um negócio próprio. É natural que tenhamos um forte condicionamento do nosso meio cultural para considerar, em primeiro lugar, a “caça ao emprego” sonhado. (PEREIRA & SANTOS, 1995, p. 23)

Dornelas (2005) ainda afirma que o empreendedorismo é o combustível para o crescimento econômico, pois cria emprego e prosperidade. Ele sugere duas definições para o empreendedorismo: empreendedorismo de oportunidade e empreendedorismo de necessidade.

O empreendedorismo de oportunidade ocorre quando a pessoa (empreendedor) tem um objetivo formado e para alcançá-lo cria uma empresa com um planejamento prévio, sabe o crescimento desejado para a empresa e visa à geração de lucros, riquezas e empregos. Já o empreendedorismo de necessidade, ocorre quando a pessoa (empreendedor) aventura-se na criação de uma empresa devido à falta de oportunidade empregatícia. Essas empresas costumam ser criadas de forma informal, não possuem um planejamento prévio e normalmente vão à falência rapidamente, não conseguindo gerar um desenvolvimento econômico.

No Brasil, o segundo modo de empreendedorismo ocorre com maior frequência, pois o empreendedorismo de necessidade é mais comum em países em desenvolvimento.

Nos dias atuais, segundo Pereira & Santos (1995), os empreendedores enfrentam desafios, sendo o principal, conseguir criar e administrar empresas verdadeiramente competitivas para conseguir sobreviver ao mercado e à globalização.

Ainda de acordo com Pereira & Santos (1995), os empresários visam a aumentar a competitividade oferecendo produtos/ serviços de qualidade e bons preços. A fim de conseguir a qualidade esperada, muitos optam por implantar na empresa normas da qualidade internacionais, como a ISO 9000 (International Standard Organization).

Segundo os mesmos autores, para uma empresa ser bem sucedida no mercado ela precisa agradar os clientes e para isso é necessário oferecer algo diferenciado. Atualmente as empresas costumam respeitar movimentos de preservação ao meio ambiente, colaborando por meio de venda de sacolas ecológicas ao invés de sacolas plásticas, destinando parte de suas vendas para reflorestamento, fabricando produtos que se deteriorem mais rapidamente ou por meio da reciclagem. Essa atitude,

além de agradar os clientes e ajudar na preservação do meio ambiente, também cria oportunidade de negócios.

2.2 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Segundo Dornelas (2005) e Pereira & Santos (1995), os empreendedores de sucesso podem transformar ideias que todos vêem, mas não sabem como utilizar em algo concreto e agregar valor aos produtos/serviços que oferecem ao mercado. São bem informados, curiosos, dinâmicos, determinados e dedicados. Também são apaixonados pelo que fazem, são independentes, não vêem à riqueza como principal objetivo, mas consequência do trabalho bem realizado. Possuem um forte senso de liderança, respeitam os funcionários e são respeitados por eles, reconhecem a importância do trabalho em equipe.

Eles possuem contatos importantes e influentes fora da empresa, conseguem obter e alocar recursos (materiais, humanos, financeiros e tecnológicos) de forma racional e planejam todos os passos do negócio afim de definir estratégias. Pereira & Santos (1995) afirmam que o empreendedor enfrenta desafios constantemente, por isso é necessário que ele estude sobre o ramo que pretende atuar e planeje muito bem seu negócio antes de iniciá-lo de fato, pois quanto maior o conhecimento maior a chance de obter sucesso.

Ainda de acordo com Dornelas (2005) e Pereira & Santos (1995), os empreendedores assumem riscos calculados nos quais possam controlar as consequências, evitam riscos desnecessários e compartilham os riscos com outras pessoas. Eles sabem gerenciar os riscos e avaliar as chances reais de êxito, criam valores para a sociedade por meio da geração de empregos, inovando e difundindo a economia, ou seja, procuram melhorar a vida em sociedade.

Segundo Pereira & Santos (1995), o empreendedor quando está criando sua empresa deve estar disposto a dedicar menos tempo a família, lazer e outras atividades para dedicar-se ao seu negócio todos os dias da semana. No período de criação da empresa, é necessário estudar muito sobre o ramo de atividade que deseja criar, procurar ajuda financeira e planejar, pois um empreendedor que segue esses passos tem maior chance de conseguir sucesso com o seu negócio.

Segundo Pereira & Santos (1995), tão importante quanto conhecer o mercado no qual se deseja construir um empreendimento é conhecer a si mesmo, suas qualidades e seus defeitos a fim de tentar melhorar. Outro ponto importante segundo Pereira & Santos (1995, p.53), é “descobrir qual a motivação básica que o leva a ser um empreendedor é tarefa fundamental que facilitará, pelo auto-conhecimento, a análise de decisões, a escolha de metas e de caminhos, e permitirá errar menos”.

Segundo Baron & Shane (2007), o empreendedor passa pelas seguintes fases: *a) Reconhecer a oportunidade*: o processo empreendedor começa quando uma pessoa reconhece uma oportunidade de criar um novo produto ou serviço. Essas oportunidades devem gerar valor econômico (lucro) e ser

desejada pela sociedade. Para que novas oportunidades sejam percebidas é necessário analisar o cenário atual, como mudanças sociais, econômicas, desenvolvimento de um novo mercado ou canal de distribuição e desenvolvimento tecnológico; *b) Decidir ir em frente e reunir os recursos iniciais*: o segundo passo é decidir levar a ideia adiante, procurar informações básicas sobre o assunto (todos os aspectos que envolvam o futuro negócio), recursos humanos (sócios e funcionários) e recursos financeiros. Neste passo deve ser realizado o plano de negócios; *c) Lançar um novo empreendimento*: o terceiro passo é abrir o empreendimento, após realizado o plano de negócios; *d) Construir o sucesso*: o quarto passo é dedicar-se ao novo empreendimento e transformá-lo em uma empresa lucrativa; *e) Colher as recompensas*: o quinto passo é escolher uma estratégia que permita utilizar o lucro obtido com a empresa ao longo do tempo de uma forma que não prejudique o funcionamento do empreendimento. “O processo empreendedor se desenvolve ao longo do tempo e se move em uma série de fases diferentes. Os eventos e resultados de cada fase são afetados por fatores de nível individual, grupal e social.” Baron & Shane (2007,p.16).

Ainda de acordo com BARON& SHANE (2007, p.35):

As informações diferentes de que algumas pessoas dispõem, as tornam melhores que outras para a tomada de decisão com relação a uma determinada ideia de negócio. Pelo fato de as pessoas com informações menos valiosas tomarem decisões piores, existem sempre faltas, excessos e erros que permitem que as pessoas com informações melhores tomem decisões mais corretas.

As fontes mais importantes de oportunidades são: mudança tecnológica, mudança política e regulamentar e mudança social e demográfica. Entretanto, a mudança tecnológica é considerada a fonte mais importante, pois permite maior alteração na produtividade a partir da exploração da nova tecnologia. A mudança política e regulamentar, segundo Baron & Shane (2007, p.36), “...possibilitam o desenvolvimento de ideais de negócios para utilizar recursos de maneiras novas, que sejam mais produtivas ou que redistribuam riquezas de uma pessoa para outra.” Este tipo de mudança, como o próprio nome sugere, são aquelas decorrentes de leis, por exemplo, se uma cidade aprovar uma lei que só é permitido determinado tipo de tijolo para a construção de prédios, então o empreendedor atento deve aproveitar a mudança para passar a vender aquele determinado tipo de tijolo.

Já a mudança social e demográfica, segundo os mesmo autores, são fontes de oportunidades para os empreendedores devido à mudança na demanda dos produtos e a possibilidade de criar soluções para as necessidades dos clientes. Exemplos de mudanças sociais são mudanças nas roupas ou músicas, e mudanças demográficas é um aumento na expectativa de vida ou aumento do número de imigrantes no país.

2.3 O EMPREENDEDOR INTERNO

O empreendedor interno, segundo Baron & Shane (2007), é aquele que cria algo novo, porém dentro de uma empresa já existente. Há empresas que motivam os funcionários a terem ideias empreendedoras e colocá-las em prática ali mesmo, um exemplo é a General Electric (GE) que oferece uma participação nos lucros do produto criado. Essa atitude da GE apresentou um resultado positivo, pois ela é a empresa que obteve mais patentes nos Estados Unidos nas últimas décadas, tendo mais de 51 mil patentes atualmente.

2.4 APOIO GOVERNAMENTAL AS ENTIDADES EMPREENDEDORAS

Devido ao empreendedorismo ajudar na economia do país, foram criados programas específicos voltados para os empreendedores. Um exemplo é o programa do governo federal “Brasil Empreendedor”, instituído em 1999, que objetivava conseguir mais de um milhão de empreendedores brasileiros para elaboração de planos de negócio e captação de recursos junto aos agentes financeiros do país.

No Brasil, há programas específicos para ajudar na formação de empreendedores como cursos oferecidos pela Fundação Instituto de Administração (FIA) e o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas).

3 METODOLOGIA

Para a obtenção de informações complementares para a elaboração deste trabalho, foi realizada uma pesquisa de campo nas empresas do município de Campo Mourão. Primeiramente foi solicitado à Junta Comercial uma listagem com todas as empresas do município, porém a mesma não foi disponibilizada, pois o estabelecimento em questão afirmou não possuir as informações solicitadas.

Desta forma, solicitou-se a prefeitura de Campo Mourão uma listagem com as empresas do município. Na listagem disponibilizada constam 4.564 empresas, distribuídas por setores específicos.

Após identificadas as empresas, definiu-se o número de amostras com base na fórmula estatística, apresentada por Richardson (1999, p.70):

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

Onde:

n = Tamanho da amostra.

α^2 = Nível de confiança escolhido, expresso em número de desvios-padrão.

p = Percentagem com a qual o fenômeno se verifica.

q = Percentagem complementar (100-p).

N = Tamanho da população.

e^2 = Erro máximo permitido.

Aplicando os dados à fórmula, a amostra obtida foi a seguinte:

$$n = \frac{1 \times 50 \times 50 \times 4564}{$$

$$36 (4563) + 1 \times 50 \times 50$$

$$n = \frac{11.410.000}{$$

$$166.768$$

$$n = 68$$

Após definido o tamanho da amostra que é igual a 68 empresas, foram elencados os setores de empresas existentes em Campo Mourão. Entretanto, os setores de profissionais autônomos, que apresentam um valor significativo entre os empresários de nosso município, não foram entrevistados, pois fogem ao foco da pesquisa. Desta forma, as entrevistas correspondentes a estes profissionais foram distribuídas entre os outros setores de maior relevância ao trabalho. As empresas foram escolhidas de forma aleatória.

Estabeleceu-se também, que as entrevistas seriam realizadas com os donos do empreendimento (empreendedores) ou com os gerentes, pois eles conhecem melhor o funcionamento da empresa e poderiam responder as perguntas com um maior grau de confiabilidade.

Porém, durante a realização da pesquisa alguns obstáculos foram encontrados, como a falta de atualização da listagem de empresas cedida pela Prefeitura de Campo Mourão e a resistência de alguns empreendedores e/ou gerentes na participação da pesquisa. No entanto, as informações obtidas oportunizaram reunir os dados que serão analisados no próximo item.

4 RESULTADOS E ANÁLISES

Os resultados e análises aqui apresentados são resultado da pesquisa de campo realizada nas empresas do município de Campo Mourão. Os gráficos foram criados com base nas respostas obtidas com a aplicação de questionários.

No questionário utilizado para a realização desta pesquisa constavam perguntas sobre os seguintes assuntos: a) perfil do entrevistado - faixa etária, sexo, estado civil, se era dono da empresa,

qual cargo exercia na mesma, porque o empreendedor decidiu criar o negócio, se participa de treinamento na área empresarial, seu grau de escolaridade, se na hora da contratação é priorizada a experiência profissional ou a formação acadêmica do candidato, qual a importância atribuída por ele à formação em administração de empresas ou áreas afins para o gerenciamento do estabelecimento; b) perfil do empreendimento – tempo da empresa no mercado, quantos funcionários trabalham nela, as principais dificuldades encontradas nos últimos anos, qual a avaliação do desempenho da empresa nos últimos anos, se há perspectiva de crescimento para ela nos próximos anos.

As perguntas presentes no questionário visavam a identificar qual era o grau de escolaridade do entrevistado, se ele participa de treinamentos na sua área de atuação, com qual incentivo o empreendedor criou seu negócio e como está o desempenho do empreendimento. Com esses dados é possível realizar uma análise comparativa entre os gestores formados em administração de empresas ou áreas afins, e gestores com experiência no ramo comercial, e também, descobrir se há diferença entre os dois modos de gestão e qual deles apresenta melhores resultados. Os gráficos abaixo apresentam o resultado da pesquisa.

Gráfico 1: Faixa Etária

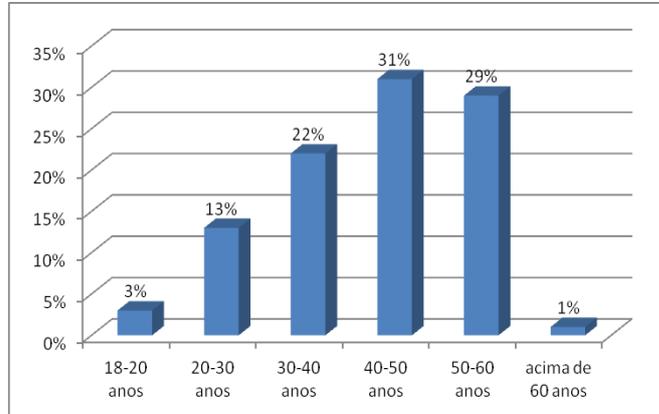


Gráfico 2: Sexo

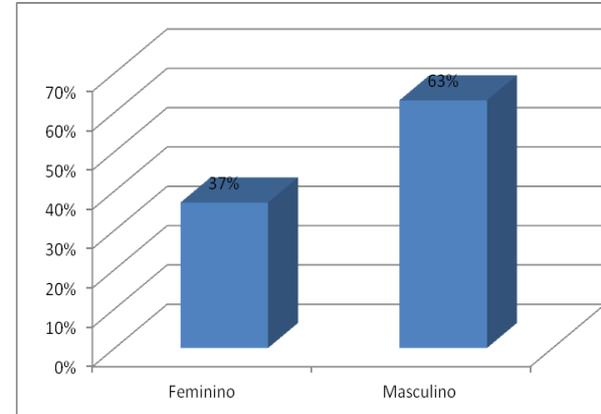


Gráfico 3 : Estado Civil

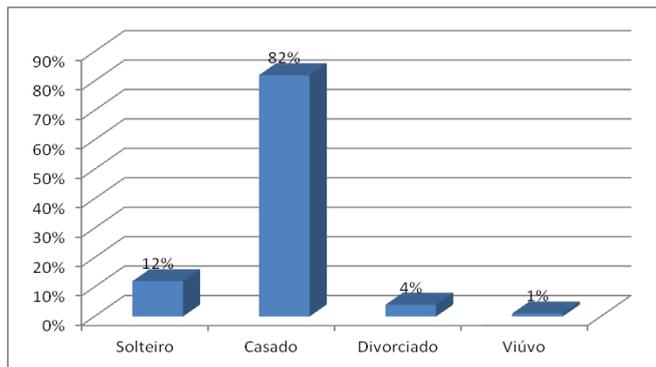


Gráfico 4: Tempo da empresa no mercado

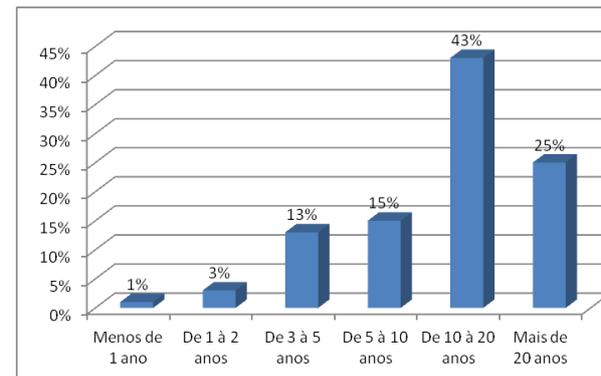


Gráfico 5: Quantos funcionários têm a empresa

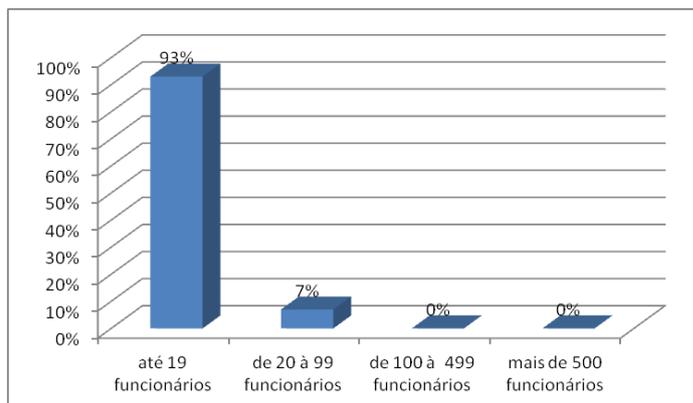


Gráfico 6: Principais dificuldades enfrentadas nos últimos 2 anos

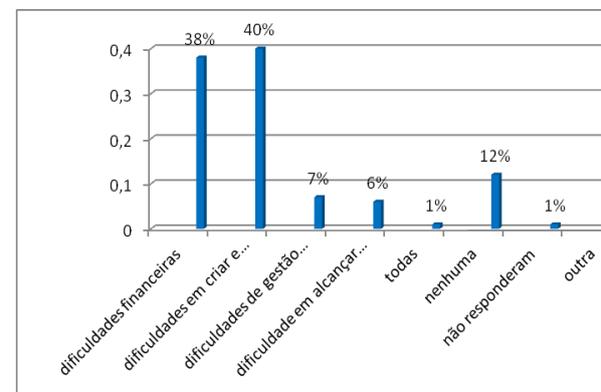


Gráfico 7: É dono da empresa?

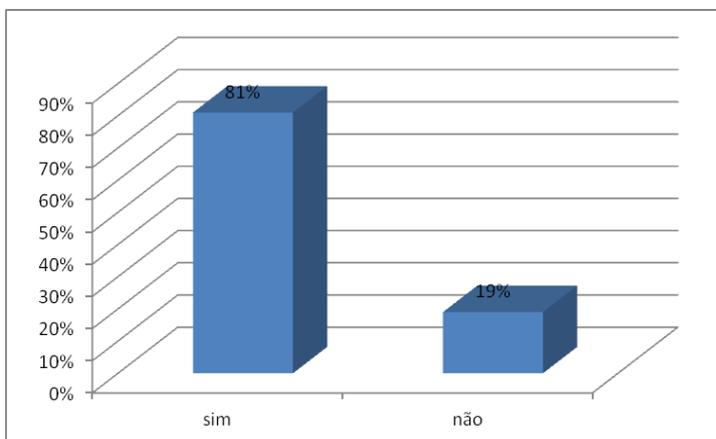


Gráfico 8: Porque decidiu criar sua própria empresa?

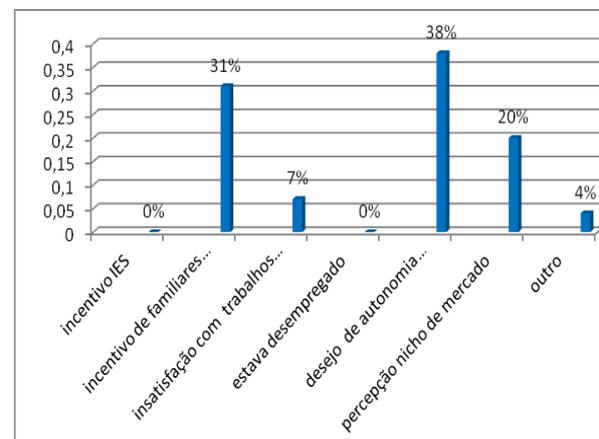


Gráfico 9: Participa de treinamentos na área empresarial?

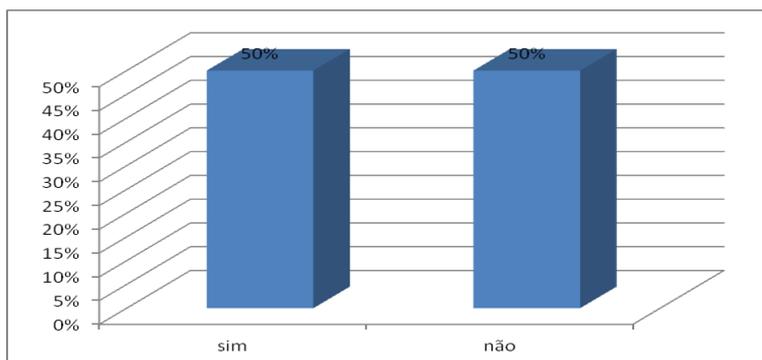


Gráfico 10: Avaliação do desempenho da empresa nos últimos 2 anos

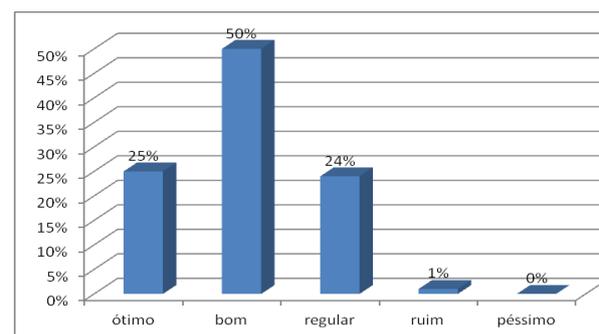


Gráfico 11: A empresa tem perspectiva de crescimento para os próximos anos

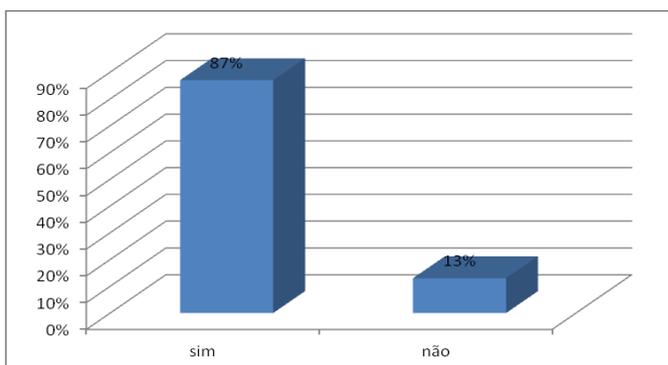


Gráfico 12: Grau de escolaridade

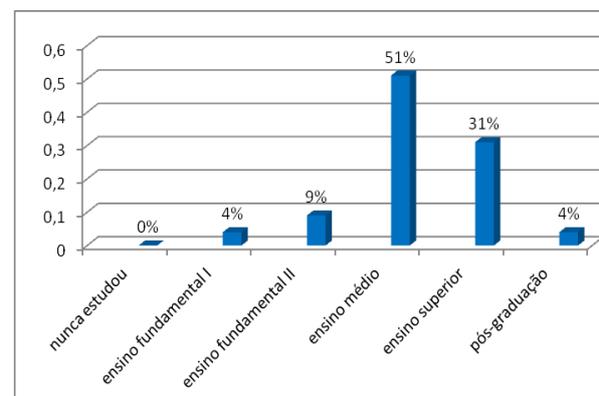


Gráfico 13: Área da graduação

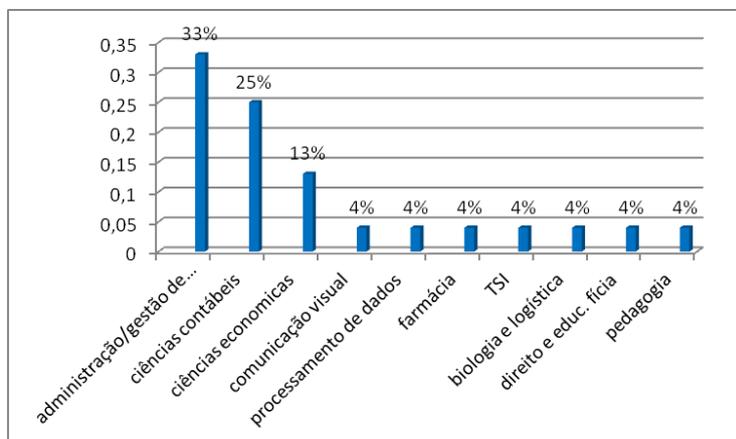


Gráfico 14: Prioridade ao contratar o funcionário

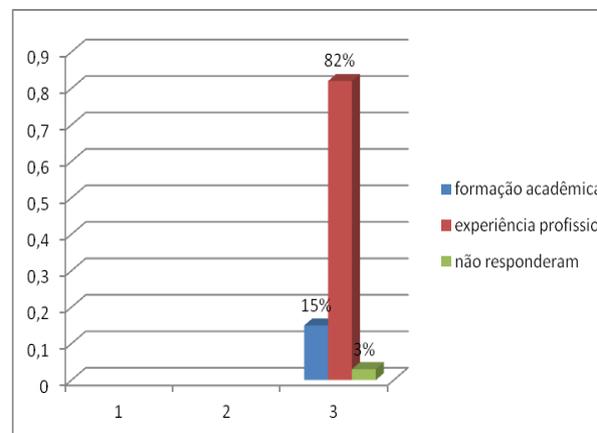


Gráfico 15: Notas atribuídas à importância para a formação de administração de empresas no gerenciamento do empreendimento.

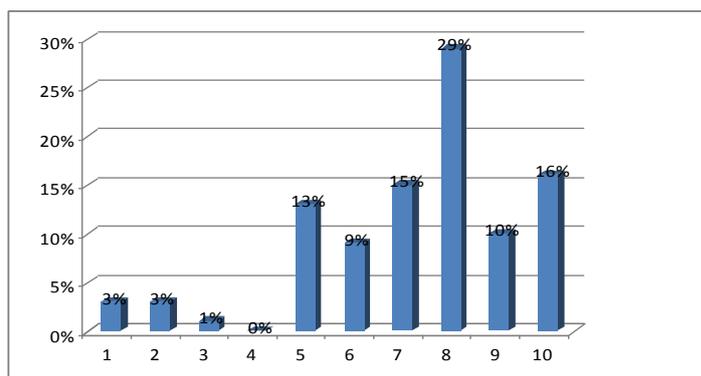
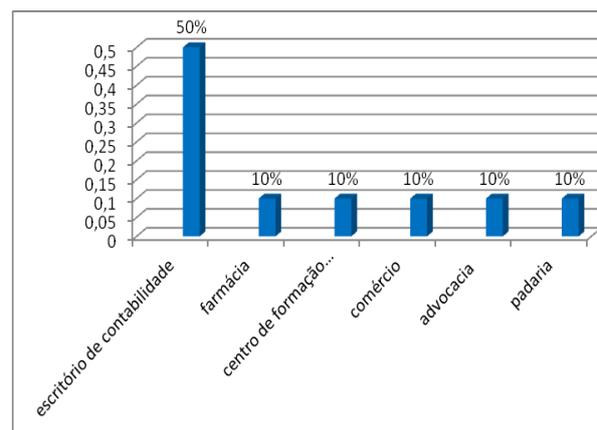


Gráfico 16: Setores que dão preferência à formação acadêmica na contratação de funcionários.



De acordo com os dados obtidos observou-se que 60% dos entrevistados têm entre 40 e 60 anos, 63% pertencem ao sexo masculino e 82% são casados. Observou-se também que 68% das empresas estão no mercado há mais de 10 anos.

De acordo com Avelar (2009), o Sebrae classifica as empresas da seguinte maneira: empresas com até 19 funcionários são consideradas microempresas, com 20 a 99 funcionários são consideradas pequenas empresas, com 100 a 499 funcionários médias empresas e mais de 500 funcionários são grandes empresas. Utilizando o critério descrito, 93% das empresas entrevistadas são microempresas e 7% são pequenas empresas.

Das empresas entrevistadas, 12% afirmaram não enfrentar nenhum problema, 40% apresentam dificuldades em criar e manter o quadro de funcionários e 38% apresentam dificuldades financeiras. Mesmo com essas dificuldades 75% delas avaliaram seu desempenho nos últimos 2 anos como bom ou

ótimo, 24% como regular e apenas 1% como ruim. Além disso, há perspectiva de crescimento em 87% destas empresas.

Dos entrevistados 81% são os donos do empreendimento e 58% deles são empreendedores de oportunidade. Apenas 35% dos entrevistados possuem ensino superior, destes 4% possuem pós-graduação. Dos graduados apenas 33% cursaram administração de empresas ou gestão comercial, entretanto, 93% do total de entrevistados consideraram que a formação em administração de empresas possui uma importância entre regular e ótima para a gestão do estabelecimento.

Observou-se também que 82% das empresas priorizam a experiência profissional na hora da contratação. Dos que dão maior valor a formação acadêmica 50% são escritórios de contabilidade.

Quando os entrevistados foram questionados se participavam de treinamento na área empresarial, 50% responderam que sim e 50% responderam que não, porém os que afirmaram participarem de treinamento possuíram um melhor desempenho nos últimos 2 anos e maior perspectiva de crescimento em relação aos que não participam.

Dos entrevistados que são formados em administração de empresas ou gestão comercial, 50% são donos do empreendimento e 50% são gerentes. Todas as empresas por eles administradas possuem perspectiva de crescimento para os próximos anos e a avaliação do desempenho da empresa nos últimos 2 anos varia entre regular e ótimo. Metade deles participa de treinamentos na área empresarial. Dos entrevistados que não possuem uma formação em administração de empresas ou gestão comercial, apenas 1% avalia o desempenho como ruim e dos mesmos somente 13% não tem perspectiva de crescimento.

Ainda analisando apenas os formados em administração de empresas ou gestão comercial, 50% trabalha em empresas que estão a mais de 20 anos no mercado, 38% em empresas que estão no mercado de 10 a 20 anos e 13% em empresas que estão de 3 a 5 anos no mercado. Todos trabalham em microempresas. Quanto às dificuldades enfrentadas 50% encontram dificuldades em criar e manter o quadro de funcionários, 25% encontram dificuldades financeiras, 13% não encontram nenhuma dificuldade e 13% não responderam. Todos os formados em administração ou gestão comercial abriram o empreendimento por percepção de nicho de mercado ou desejo de autonomia profissional, ou seja, são empreendedores de oportunidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da pesquisa realizada observou-se que no município de Campo Mourão os empreendedores ou gerentes de empresas, em sua maioria, são pessoas do sexo masculino, casadas, na faixa etária dos 40 a 60 anos. Também constatou-se que o município apresenta grande quantidade de micro e pequenas empresas, pois nenhuma empresa entrevistada era de médio ou grande porte.

A maior parte das empresas está no mercado há mais de 10 anos e obteve um bom desempenho nos últimos anos, demonstrando perspectiva de crescimento. Porém, muitas empresas enfrentam dificuldades em criar e manter o quadro de funcionários e dificuldades financeiras. Observou-se também que a maior parte dos empreendedores são empreendedores de oportunidade, ou seja, que iniciaram seu empreendimento por vontade própria, muitas vezes pela percepção de um nicho de mercado e com um planejamento prévio.

Nenhum dos empreendedores entrevistado afirmou ter sido incentivado pela instituição de ensino superior, este dado comprova que ainda há pouquíssimo incentivo por parte das instituições de ensino superior na formação de empreendedores.

Constatou-se que apenas 31% dos empreendedores ou gerentes possuem curso superior. Entretanto, o desempenho e os resultados são melhores em empreendimentos, nos quais os gestores possuem curso superior e também por aqueles que participam de treinamentos na sua área de atuação. Esses dados comprovam que maior conhecimento possibilita melhores resultados na gestão. Entretanto, quase todos os entrevistados dão prioridade a experiência profissional ao contratar um funcionário.

Dos poucos entrevistados que possuíam ensino superior, apenas 33% cursaram administração de empresas ou gestão comercial, porém a maioria considerou a formação nestas áreas importante para o bom funcionamento do empreendimento.

Dos profissionais formados em administração ou em gestão comercial, que são donos de empreendimentos entrevistados, todos são empreendedores de oportunidade. Entretanto, eles apresentaram um desempenho igual aos outros gestores que não possuem uma formação específica na área de administração.

Este dado sugere que apesar da formação acadêmica contribuir para um melhor desempenho no empreendimento, ela por si só não consegue atingir melhores resultados do que a experiência na área de atuação. Assim, evidencia-se que o ideal é a possuir um alto grau de instrução, estar constantemente realizando cursos de aperfeiçoamento e possuir experiência na área em que se atua.

REFERÊNCIAS

AVELAR, J. M. B.. **A Escassez de Mão-de-obra Especializada em seu Impacto de Produtividade e Competitividade do Polo do Vestuário de Cianorte no Período de 2003 a 2007**. Dissertação (Mestrado em Economia)- Universidade Federal do Paraná, 2009

BARON, R. A. & SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma Visão do Processo**. São Paulo: Thomson, 2007

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. 2 ed, Rio de Janeiro: Campus, 2005.

FISCHER, R.M. & Novaes, E. M. **Construindo a Cidadania- Ações e Reflexões sobre Empreendedorismo e Gestão Social**. CEATS, São Paulo, 2005.

PEREIRA, H. J. & SANTOS, S. A. **Criando seu Próprio Negócio, como Desenvolver o Potencial Empreendedor**. Sebrae, Brasília, 1995.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999

SÉRIE HARVARD BUSINESS Review, tradução Fábio Fernandes. **Empreendedorismo e Estratégia**. 3 ed. Campus, Rio de Janeiro, 2002.