

Empreendedorismo: a ótica das entidades de fomento no município de Itabuna-BA

ANTONIO OSCAR SANTOS GÓES

(Universidade Estadual de Santa Cruz) oscargoes11@hotmail.com

ADRIANA DOS SANTOS REIS LEMOS

(Universidade Estadual de Santa Cruz) lemosanne@gmail.com

Resumo: Este trabalho discute o empreendedorismo sob a ótica de entidades de apoio aos empresários da cidade de Itabuna – Bahia – Brasil. O referencial teórico aborda a problemática do empreendedor, as ações estratégicas e os apoios desenvolvidos por entidades de fomento. As micro e as pequenas empresas como empreendem? A investigação básica teve caráter exploratório e uma abordagem qualitativa. Utilizaram-se, ainda, a pesquisa bibliográfica, as entrevistas e a observação. A análise do conteúdo sistematizou as declarações dos inquiridos. As potencialidades e as fragilidades do modelo de Porter foram revelados nesta pesquisa. Pelos resultados encontrados, as micro e pequenas empresas vivem numa instabilidade constante, oportunidades e ameaças são recorrentes. A prática empresarial está envolvida em ações adquiridas na experiência diária. O fomento às atividades de pequeno porte ainda são incipientes. Pede-se, então, que o empreendedor fortaleça o lado teórico sistemático para a sobrevivência à longo prazo dos empreendimentos.

Palavras-chave: Processo empresarial. Estratégias. Negócios. Entidades.

Entrepreneurship: the perspective of the development agencies in the city of Itabuna-BA

Abstract: This paperwork discusses entrepreneurship under the perspective of agencies which support entrepreneurs in the city of Itabuna – Bahia – Brasil. The theoretical references approach the problem of the entrepreneur, strategic actions and the support developed by development agencies. How do micro and small enterprises work? The basic investigation was of an exploratory character and had a qualitative approach. Also, bibliographic research, interviews and observation were used. The analysis of the content organized declarations made by those interviewed. The potential and fragility of the Porter model were revealed in this research. Through the results that were found, micro and small enterprises exist in constant instability, opportunities and threats are recurring. Business practice is involved in actions acquired through daily experience. The encouragement of minor activities is still insipient. It is asked, therefore, of the entrepreneur, that the theoretical side be strengthened for the long-term survival of enterprises.

Keywords: Entrepreneurship. Strategies. Business. Entities.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo fortalece o desempenho das economias em todo o mundo. Diversas instituições, sejam públicas ou privadas, estudam o processo empreendedor. Em sendo assim, diretrizes institucionais promovem a cultura empreendedora. De um lado, é através dos negócios que o crescimento econômico pode ser estimulado; por outro, a geração de emprego e de renda é possibilitada. A criação de novas empresas e a manutenção dessas dinamizam e inovam a economia e, evidentemente, geram riqueza.

A cultura empreendedora, em tese, deve estar presente e “impressa” nas ME (microempresas) e nas EPP (empresas de pequeno porte). O ambiente empreendedor fortalece as organizações, e o proprietário de empresas deve que ter uma visão estratégica, tão necessária no mundo contemporâneo.

Os donos de estabelecimentos econômicos têm um papel de suma importância neste cometimento, uma vez que sua contribuição para a sociedade é, precisamente, gerenciar, empreender, administrar empresas. As organizações estruturadas pelo modelo empreendedor devem, em princípio, garantir um processo administrativo melhor (planejar, organizar, liderar e controlar) que proporcione aos negócios longevidade, sobrevivência. Deve apresentar condições mais bem elaboradas e planejadas no arranque das novas iniciativas empresariais ou das empresas já estabelecidas, de forma organizada.

Os procedimentos gerenciais devem estabelecer uma cultura e um clima fundados no processo de empreender. As ferramentas para conduzir as organizações precisam ser desenvolvidas e praticadas através da metodologia empreendedora que oferecem: plano de negócio, visão, concorrência, espírito empreendedor, oportunidades, solução criativa dos problemas, análise de mercado, plano financeiro, planejamento legal e tributário, foco no cliente, novos produtos, inovação dos aspectos administrativos, expansão dos negócios etc. Um bom gerenciamento de empresa utilizando esses procedimentos administrativos facilita a criação de uma empresa ou continuidade dos negócios.

Diante do exposto acima descrito, questiona-se: será que o empresário utiliza no seu dia a dia essas técnicas? Se sim, como são utilizadas as ferramentas do processo empreendedor? Se não, como acontece o gerenciamento? Para refletir esse prisma, este trabalho objetiva averiguar, sob o olhar de algumas entidades de fomento da cidade de Itabuna, como é percebido o empresário nas suas atividades negociais (estratégia e empreendedorismo).

De início, sabe-se que a literatura econômica estabelece que o empreendedorismo é um processo dinâmico e revitalizador de uma economia e vê no empresário o maximizador de resultados (LEIBENSTEIN, 1968).

Diante dessas reflexões, esta investigação propõe explorar o tema empreendedorismo. O processo teórico abrange o modelo empreendedor tradicional, nas dimen-

sões: econômicas e comportamental. O paper teve como objetivo geral investigar a formação e a continuidade dos negócios no espaço geográfico da localidade de Itabuna, Bahia. Os objetivos específicos avaliaram as entidades públicas e privadas no apoio à abertura de empresas e as orientações quanto à sobrevivência dos negócios.

Por fim, espera-se debater o empreendedorismo sob a análise externa de entidades de apoio a formação empresarial. As especificidades, as singularidades produzem outros olhares, outras interpretações. O empreendedorismo multifacetado, em princípio, proporciona trabalhar com a interdisciplinaridade, transdisciplinaridade, multidisciplinaridade, pluridisciplinaridade do mundo dos negócios. Em sendo assim, como é o *modus operandi* dos homens que empreendem? Este ensaio tenta debater esse questionamento, além de procurar entender melhor a vida econômica dos *action men*, segundo Shumpeter (1985).

EMPREENDER É PRECISO

Swedberg (2000) informa que o vocábulo francês *entreprendre* significa fazer algo ou empreender. Este legado vem dos trabalhos originais dos economistas franceses, Richard Cantillon e Jean-Baptiste Say. Estes dois pensadores dedicaram especial atenção à criação de novas empresas e aos procedimentos gerenciais (DE PAULA; CERQUEIRA E ALBUQUERQUE, 2004). Para além disso, Cantillon (1680-1734) e Say (1767-1832) dedicaram seus estudos na abordagem do empresário. Cantillon pela vivência empresarial (ROLL, 1972), já Say foi o pensador mais perspicaz da ciência econômica, via o empresário como alguém que busca oportunidades (FILION, 1998 ; FILION, 1999).

Para além das ideias econômicas, Say afirmava que o empresário detem um perfil e características empreendedoras. Nesse sentido, os perfis desejáveis a um empresário, agente ou “mestre-agente”, deveriam ser a capacidade de compreender os desafios do mundo empresarial: planejamento, avaliação de projetos e processo de correr riscos. Say, no lado comportamental expôs qualidades morais que deveriam fazer parte dos valores do empresário, como: conhecimento de mundo, perseverança, julgamento, bom senso, além de expertise de negócios (SAY, 1972). Como se vê os economistas deixaram legado tanto dos aspectos econômicos quanto dos aspectos comportamentais.

Outro pensador econômico que contribuiu com o aprofundamento das reflexões do fenômeno empreendedor foi Alfred Marshall (1842-1924). Este autor contribuiu para a discussão sobre empreendedorismo, no seu livro “Princípios de Economia” de 1900. Ele reconheceu a necessidade de incorporar nos três fatores clássicos de produção (terra, capital e trabalho) o termo “organização”. Segundo Marshall (1985), a organização seria um fator que coordenaria os outros, e via no empreendedorismo a força motriz dos empreendimentos.

Sabe-se que empreender está envolvido em riscos e incertezas. Quem estudou estes aspectos visíveis na economia foi Frank Knight. Percebe-se, pois, que no mundo das empresas o risco e a incerteza estão relacionados em todas as situações vividas pelos empresários. Comprar, vender, investir, aumentar a estrutura da empresa, criar novos produtos são procedimentos que acontecem nas organizações. Tudo isso é decidido sem a certeza de produzir resultados favoráveis. Em sendo assim, o empreendedor deve estimar risco (situação já ocorrida) e evitar incerteza (situação desconhecida), nas palavras de Knight (1972).

Diversos são os autores que contribuíram para o fortalecimento do processo empreendedor, dentre eles, destacam-se: Knight (1972), Salazar (2006), Schumpeter (1985) Casson (1982). Dentre estes, o maior expoente chama-se Schumpeter. Este autor chama a atenção a questão da inovação, e quem inova é o empreendedor. Seu contributo pode ser resumido em: a) introdução de um novo bem, b) introdução de um novo método de produção, c) abertura de um novo mercado, d) conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas e e) estabelecimento de uma nova organização (SCHUMPETER, 1985, p. 48-49).

Outros aspectos trabalhados referem-se a dimensão do empreendedorismo, na questão psicológica. Principais autores: Fillion (1999), McClelland (1961), Gibson et al. (2006). Todos eles descreveram, estudaram e interpretaram o lado subjetivo do empresário: conquistas, iniciativas, criatividade, autonomia, liderança, decisor, julgador, “jogador”. Timmons (1989) disse que o empreendedor tem a capacidade de compreender mercados.

Diante do exposto, o empreendedorismo para este estudo trabalha com duas vertentes a econômica e a comportamental. Agora, passa-se a explicitar o processo estratégico dos empresários.

ESTRATÉGIAS COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO PARA AS EMPRESAS

As estratégias empreendedoras, dependendo de cada paradigma teórico, são fontes de ações que proporcionam uma gestão competente. O processo de estratégia estabelece plano, observa o fluxo do mercado, analisa o ciclo das operações, mensura resultados, reorganiza as rotinas, correlaciona as melhores práticas administrativas, descobre fatores que determinam o sucesso (lucro e sobrevivência) das empresas (Sarkar, 2010). O tema estratégia é atual e já foi muito discutido e trabalhado. Estratégia é “um conjunto de decisões tomadas por uma empresa, definidas a partir de objectivos hierarquizados, articulados entre si e coordenadas ao longo do tempo, num período médio ou longo prazo”, sublinha Echaudemaison (2001: 147).

As microempresas e as empresas de pequeno porte precisam, urgentemente, incorporar nas suas atividades administrativas os pressupostos que as estratégias oferecem. Não precisa ser de tal forma burocratizada, sistematizada como as grandes corporações, mas necessitam de uma estrutura que permita o empresário de pequeno porte visualizar como a empresa está sendo desempenhada, quais os resultados alcançados, como pode inovar sempre nas atividades desenvolvidas, ter uma visão do ambiente interno e externo à empresa.

Em suma, a estratégia formal e escrita, de certo modo, proporciona um gerenciamento mais eficiente e eficaz das empresas. As estratégias, ao fazerem parte das diretrizes das organizações, possibilitam que os empreendimentos sejam bem-sucedidos – lucro e sobrevivência. A Tabela 1 a seguir, retirada dos trabalhos de Santos (2008) e Kreisig, Springer e Petry (2000), identifica alguns autores e seus conceitos de estratégia.

Vasconcelos e Sá (1996)	A estratégia tem a ver com “onde” combater o inimigo (que no caso das organizações é a concorrência) enquanto a tática tem a ver com “como” combatê-lo.
Adriano Freire (1997)	A disposição das tropas como vistas a alcançar a vitória sobre o inimigo, disposição essa que se traduz na “formulação de um plano [qual plano de campanha militar] que reúne, de forma integrada, os objectivos, políticas e acções da organização, tendentes a criação de uma vantagem competitiva sustentada.
Abreu (2002)	A estratégia é a necessidade impiedosa de se obter uma vantagem sobre o <i>Outro</i> e de que a medida derradeira do sucesso estratégico deve ser o lucro.
William Glueck (1988)	Estratégia pode ser definida como o plano destinado a assegurar que os objectivos centrais da organização sejam alcançados.
Rumelt, Schendel e Teece (1994)	Estratégia consiste em criar as condições susceptíveis de assegurar uma renda económica, bem como a descoberta de formas de garantir a sua sustentabilidade.
Wit e Meyer (1998)	Estratégia é a linha de actuação de uma organização, destinada a atingir os seus propósitos.
Johnson e Scholes (2002)	Estratégia é entendida como a direcção e o âmbito de actuação de uma organização no longo prazo.
Kenichi Ohmae (1982)	Estratégia é uma via para alcançar, de forma tão eficiente quanto possível, uma vantagem sustentável sobre a competição.

Kenneth Andrews (1980)	Estratégia é o padrão de objectivos e das principais políticas para os alcançar, expressos de maneira a definir em que negócio a empresa está ou deverá estar, e o tipo de empresas que é ou deverá ser.
James Brian Quinn (1980)	Estratégia é essencialmente como um padrão de decisões, relativas aos principais objectivos, políticas e sequência de acções, altamente potenciadoras de efeitos sobre a viabilidade e orientação da empresa como um todo, ou que determinam o seu posicionamento competitivo por um período dilatado de tempo.
Henry Mintzberg (1978)	Distingue a estratégia intencionada ou desejada da estratégia efectivamente realizada, definindo a primeira como um plano, um caminho, uma direcção, um guia ou uma linha de acção para o futuro; e a segunda como o padrão num conjunto de decisões e acções.
Michael Porter (1985) Porter (1999)	A estratégia (competitiva) consiste na busca, por uma organização, de uma posição competitiva favorável numa indústria (...) contra as forças que determinam a competição e rentabilidade nessa indústria. Estratégia é a criação de compatibilidade entre atividades da empresa.
Hiroyuki Itami (1987)	Estratégia é aquilo que determina a estrutura de actividades da organização, bem como as linhas orientadoras da coordenação daquelas, em ordem a assegurar a adaptação da organização ao seu meio envolvente em constante mutação.
Ansoff e McDonnell (1993)	Estratégia é um conjunto de regras de tomada de decisão para orientação do comportamento de uma organização.
Certo e Peter (1993)	Estratégia como curso de ação com vistas a garantir que a organização alcance seus objetivos.

Tabela 1 - Conceitos de Estratégia

Fonte: Ipsis litteris do trabalho de Santos (2008: 112-119); Ipsis litteris do trabalho de Kreisig, Springer e Petry, (2000).

BREVE NOTA METODOLÓGICA

A pesquisa de carácter quali-quantitativo trabalhou com às seguintes ferramentas: estudo exploratório, pesquisa bibliográfica. A revisão da literatura teve como finalidade construir um quadro teórico-conceitual das estratégias e do processo empreendedor. Quanto ao trabalho de campo, utilizaram-se as entrevistas com quatro responsáveis que diretamente fomentam o ambiente empresarial. Dois de agência de fomento e dois da área financeira. Utilizaram-se, ainda, observações, pesquisa documental (atas, relatórios e documentos). A análise do conteúdo interpretou as informações qualitativas. Por fim, os resultados revelaram um olhar do mundo empresarial da cidade de Itabuna (Ba). Abaixo uma Tabela (2) com as ideias principais das vertentes estudadas neste trabalho.

ÓRGÃOS DE APOIO AOS NEGÓCIOS: UM OLHAR SOBRE OS EMPREENDEDORES

As entrevistas foram realizadas com os representantes da AMPESBA (Associação das Micro e Pequenas Empresas do Estado Bahia), da ACI Associação Comercial e Empresarial de Itabuna), do Banco do Nordeste do Brasil e Caixa Econômica Federal. O questionário foi composto de dois tópicos principais; o primeiro, perguntou-se sobre o tema estratégia, bem abrangente; e o segundo, perguntaram-se as ações realizadas por cada instituição pesquisada. Logo de início, a pergunta estabelecida foi: como é visto pelas entidades de fomento o que é empreendedorismo? As palavras convertentes foram: investimento, risco, inovação, estratégia, iniciativa, mercado, responsabilidade,

planejamento, agilidade, perspicácia, dedicação, determinação, habilidades, competências, visão, trabalho, crescimentos, credibilidade, fé, progresso, emprego, renda,

Conceito Central	Dimensões	Indicadores
Fenômeno Empreendedor	1 - Estratégia	Fontes de informações, concorrência, planejamento, mercado fornecedores, vendas, investimentos, metas, negociação, cliente, financiamento, avaliação do ambiente externo
Fenômeno Empreendedor	3 – Determinantes institucionais	Nível de relacionamento com as entidades de fomento, avaliação dos serviços prestados pelos órgãos de fomento ao empreendedorismo.

Tabela 2 – Conceito central do Fenômeno Empreendedor

Fonte: Elaborada pelo autor

sustentabilidade, abnegação, curiosidade. Tudo mostrar com é amplo o processo empreendedor. Para além disso, também, é complexo estabelecer parâmetros do termo empreendedorismo. Este achado confirma os estudos dos pesquisadores (FILION, 1999A; SWEDBERG, 2000; GARTNER, 2001; AUDRESTSCH, 2002; FALCONE E OSBORNE, 2005; BOAVA, 2006).

Como se comporta o ambiente externo? Os representantes de entidades de fomento e dos bancos estudados disseram que Itabuna é favorável às atividades empresariais, mas apresenta alguma ambiguidade. Por que? De um lado, a cidade mostra oportunidades, como: pólo regional de serviços e de comércio em plena expansão, a localização geográfica, os outros municípios em seu entorno; por outro lado, tem-se uma infraestrutura precária.

Um série de oportunidades serão abertas para os micro e os pequenos empresários. Esse momento “único” (investimentos dos governos federal e estadual) possibilitará inciar uma atividade ou fortalecer a já existente. O papel do empresário é descobrir as possibilidades que o mercado está a oferecer, e tentar tirar o melhor proveito (CONEXÃO, 2010). Para ratificar esse entendimento, registraram-se algumas falas dos entrevistados, conforme demonstra o Quadro 1, a seguir.

AMPESBA	Favorável: “Itabuna é sem dúvida que oferece um ambiente favorável aos empreendedores pela localização, clima” Desfavorável: “falta políticas públicas para melhorar a sua infraestrutura, (...) nossa mão de obra não está ainda preparada”
ACI	Favorável: “o empresariado local tem investido em melhorias (...) Itabuna se destacou pelo eu comércio dinâmico e bem sucedido” Desfavorável: “Se a cidade tivesse bons administradores, como prefeitos, teríamos certamente um ambiente muito melhor”

Quadro 1 – Ambiente empreendedor de Itabuna: ambiguidades

As respostas dos representantes da entidades financeiras tendem para as mesmas interpretações, como: a cidade é convergente, é um pólo de serviços, educação, saúde, o consumidor busca a cidade de Itabuna; isso favorece a atividade empresarial. Um dos entrevistados assegurou que existe uma ambiência favorável para os empreendedores na cidade, e o diretor, Omar Santos Costa, na sua exposição, declarou: “uma cidade que tem no seu ‘DNA’ o empreendedorismo, forjada no comércio varejista como principal entreposto comercial da região sul da Bahia” (Dados da pesquisa, 2010).

Com relação ao processo estratégico, os responsáveis das entidades de fomento e dos bancos revelaram que os empresários têm dificuldade em trabalhar com as estratégias. As respostas apontaram que o empreendedor estabelece-se por uma necessidade de sobrevivência, os planos de negócios são negligenciados, eles conseguem sobreviver com muita dificuldade.

Nas suas reflexões, ficaram expostos que há uma necessidade de preparar melhor os indivíduos para atuarem nos negócios; existe uma falta de planejamento generalizado.

O Quadro 2 expressa essa análise, através dos registros dos respondentes:

AMPESBA	“geralmente [os empresários] não fazem plano de negócios e estudo de mercado, ainda usam de suas habilidades adquiridas na convivência prática, (...) tenho certeza que para continuar com os negócios funcionando terão que se adaptarem a nova cultura”
ACI	“os empresários que se destacam e que são os verdadeiros empreendedores criaram suas próprias estratégias, mas com certeza, a geração mais jovem já está buscando, em sua grande maioria as universidades, e estará trabalhando mais tecnicamente e ampliando sua visão para aproveitar as oportunidades que virão”
Caixa Econômica Federal	“o micro, o pequeno, pequeníssimo, não tem como fazer uma pesquisa de mercado, identificar nicho para trabalhar. Ele olha-me, Marcus tem uma loja de calçados e está ganhando dinheiro, vai abrir outra loja, não é assim? João tem uma lanchonete, comprou um carrinho novo, vou abrir uma para mim também, geralmente é assim. Poderia seguir outros caminhos, começar pelo SEBRAE (...) é uma fonte de capacitação técnica. (...) eles começam um negócio sem saber onde está pisando, por isso que estatisticamente você sabe que a maioria das empresas sucumbe no segundo ano”.
Banco do Nordeste	“Infelizmente, a maioria [dos empresários] preocupa-se apenas com a implantação do empreendimento e não com a sustentabilidade do mesmo”.

Quadro 2 – Estratégias utilizadas pelos empreendedores de Itabuna

O mundo empresarial é cercado por desafios de todas as ordens. O micro e pequeno empreendedor, nas suas atividades, vivenciam diversos obstáculos a serem ultrapassados, interno e externamento. Seja falta de capital de giro, seja falta de apoio governamental. Seja mão de obra desqualificada, seja os impostos altos. Para tratar desse assunto, os representantes das entidades de fomento responderam a seguinte inquirição: que desafios são encontrados pelos empresários?

O Quadro 3 apresenta as respostas:

AMPESBA	“Falta de políticas públicas para o fortalecimento dos pequenos negócios. (...) A falta de crédito (...) Eu acho que é um dos grandes entraves para o surgimento de novos empreendedores, eu acho que é o sistema financeiro”
ACI	“conhecer o mercado”
Banco do Nordeste	“a competitividade, para se manter no mercado, é necessário um conjunto de fatores, que vai do atendimento à qualidade do serviço ou produto vendido”.

Quadro 3 – Desafios enfrentados pelos empreendedores de Itabuna

O respondente, responsável da Caixa Econômica Federal, relatou que o grande obstáculo, de início, é a questão do capital de giro. Nas suas declarações, o empresário, no arranque da empresa, em sua maioria, começa a atividade, sem dinheiro.

Pelo caminho percorrido através das análises, percebe-se a complexidade do mundo empresarial de Itabuna. As atividades econômicas abrangem uma infinidade de contextos que foram atestados nas exposições verbais dos entrevistados quando conceituam ou pensam nos empreendimentos.

Nesse momento, segundo ponto deste trabalho, far-se-á um relato das principais diretrizes desenvolvidas pelos órgãos de fomento para a melhoria do tecido empresarial de Itabuna - Brasil. O grande desafio foi perceber como as práticas desses organismos proporcionam um melhor ambiente empresarial.

ÓRGÃOS DE APOIO A ATIVIDADE EMPRESARIAL: PAPÉIS INSTITUCIONAIS DA AMPESBA, ACI, BANCO DO NORDESTE E CAIXA ECOÔMICA

A primeira reflexão está relacionada com o papel institucional dos órgãos de fomento. Perguntaram-se aos seus líderes, quais os auxílios na criação e na continuidade de uma atividade econômica. O representante da AMPESBA diz que sua meta é representar o segmento das micro e pequenas empresas junto aos poderes constituídos, lutar por melhores condições perante o sistema financeiro e criar

condições favoráveis na questão tributária. O respondente afirmou que as suas realizações estão muito longe das suas necessidades, mas acrescentou que precisa fazer muito mais.

O representante da ACI disse que oferece: cursos, congressos, fórum de lideranças, apoio jurídico e contábil, articulações políticas, busca de investimentos externos, campanhas promocionais de vendas acontecem em Itabuna. Esses eventos são visíveis, e estão registrados nos documentos internos dos órgãos de fomento (ACI), nas agências de publicidade, nos jornais, na mídia. Os propósitos são válidos, mas essas atividades da AMPESBA E ACI devem ser aperfeiçoadas, pois poucos dos empresários dos ME E EPP participam. Muitas vezes nem ficam sabendo. O Quadro 4, em forma de resumo, informa as contribuições das duas entidades pesquisas.

AMPESBA	
Gerenciais	Consultoria em gestão, projeto participativo com os empresários.
Financeiros	Consultoria em crédito.
Tecnológicos	Suporte técnico – site: ampesba.webnode.com.br.
Comportamentais	Parcerias com as universidades, empresas juniores, faculdades.
ACI	
Financeiros	Instalação da JUCEB.
Tecnológicos	www.acei.org.br.
Comportamentais	Fórum de Líderes Empresariais; parceria com o SEBRAE e Empresa Junior da UESC - Movimentos em prol do empreendedorismo.

Quadro 4 – Ações das entidades de fomento.

Os papéis institucionais dessas entidades, suas ações, estão muito distantes da realidade empresarial, existe um gap entre as propostas, diretrizes e os fatos que favoreçam e fortaleçam o espírito empresarial da cidade, esses organismos precisam dar um salto qualitativo de melhorias adicionais para os empresários de Itabuna - Brasil.

Nas observações e nas análises desenvolvidas, considera-se que esses órgãos precisam avançar muito nas suas proposições. As práticas apresentam-se pontuais, isoladas e incipientes. Um ou outro acontecimento sem impacto significativo para o fenômeno empresarial. Na convivência com o empresário, percebe-se que as articulações entre essas entidades são apenas cordiais, não se visualiza nenhum contrato consistente, nem tão pouco programas efetivos em favor do tecido empresarial.

A última parte do roteiro das entrevistas realizadas com as entidades financeiras abordou o papel institucional dos agentes de crédito na criação e nas orientações quanto à continuidade dos negócios. Perguntou-se, ainda, sobre as linhas de crédito, tipos, taxas, juros, carência, exigências e garantias, motivos de indeferimento da solicitação creditícia, e quais as diferenciadas linhas de crédito para os micro e pequenos empreendimentos.

Observou-se que os créditos existem em abundância. Os bancos disponibilizam para os empresários financia-

mentos com linhas diferenciadas, com juros bem menores do que os praticados no mercado. Há uma variedade de empréstimos; depende do ramo e do setor em que a empresa atua. Assim, os recursos financeiros vão para todos os setores: turístico, comercial, industrial, enfim, uma infinidade de propostas creditícias.

Salienta-se, pois, que os empréstimos propostos pelos bancos existem, entretanto o crédito com juros baixos não chega aos empresários por diversos motivos. Os motivos apresentados por esses representantes são: falta de documentação, desorganização da parte contábil, falta de plano de negócio, estratégias em desacordo com o objeto do empréstimo etc.

Os respondentes sinalizaram, ainda, algumas práticas pertinentes para o fortalecer da economia local, através dos micro e dos pequenos empreendimentos. Dentre elas, algumas ações foram relevantes: criação de um plano de médio e longo prazo articulado entre as entidades, desenvolvimento de políticas públicas que beneficie os empreendedores, divulgação das atividades do comércio, identificação das condições oportunas para os ideais dos empresários.

Diante do exposto, fica evidente que se tem um longo caminho a ser percorrido para que se possa robustecer a classe empresarial da cidade estudada. Os desafios são imensos, as demandas intensas. Acredita-se que os stakeholders dessas entidades, em articulação, possam transformar o tecido empresarial muito mais sólido, competitivo e coeso, quicá uma cidade empreendedora, já pensado por Drucker (1986).

As estratégias devem ser praticadas pelos empresários. Profissionalizar as ações é um bom caminho a ser desenvolvido pelas empresas. O conceito de empreendedorismo é muito vasto e alargado. As entidades de fomentos e as instituições creditícias potencializam o crescimento das ME e das EPP, mas podem ser bem mais ampliadas. Mesmo assim, ações mais concretas devem ser feitas pelos empreendedores. Já as entidades, precisam estar mais perto dos homens de negócios com práticas (fomentos) que realmente façam a diferença.

5 Considerações Finais: por uma maior integração

Este estudo abordou três aspectos do processo empreendedor: a) a questão ambiente externo, as estratégias e as diretrizes de fomentos das entidade que fomentam o tecido empresarial. Os órgãos de apoio ao empreendedorismo, em tese, é importante para dinamizar a economia, uma vez que, o empresariado fortalecido gera uma cidade mais próspera. A cidade estudada apresenta-se favorável às atividades econômicas por ser um centro convergente. Os organismos de apoio incentivam, em parte, a abertura de empresas, especialmente, as de pequeno porte. Nesse sentido, o Brasil tem boas perspectivas para o crescimento econômico e social nos próximos dez anos (2011-2021), e o município em análise pode aproveitar esse momento.

Observa-se, pois, que a cidade estudada, no ambiente externo, tem muitas oportunidades para o empresariado.

Construir uma cidade empreendedora é preciso. A entidades de fomento precisam estar articuladas para movimentar a economia local com o intuito de promover o fenômeno empreendedor. Sabe-se, pelos resultados desta pesquisa, que muitas fragilidades são visíveis, mas novos procedimentos são necessários para tornar Itabuna uma cidade mais próspera e em preparada para as atividades econômicas. As entidades (AMPESBA, ACI, BANCO SO NORDESTE, CAIXA ECONÔMICA) devem atuar de maneira mais efetiva nos seus propósitos; as atividades realizadas por esses órgãos são desarticuladas. Itabuna, Bahia, Brasil tem que “viver” o modelo empreendedor.

Pode-se inferir que as entidades de fomento trabalham de maneira individual, não são integradas. O ambiente externo é contraditório, de um lado, oportunidades; e do outro, muitas ameaças. As entidades pesquisadas operam bem distantes uma das outras, apenas com relacionamentos cordiais. Os diretores dessas entidades precisam pensar num plano alargado que contemple a solução às objeções identificadas no cenário empresarial de Itabuna. As situações críticas devem ser enfrentadas, não só pelos empresários individuais, como também pelos seus representantes. A cidade precisa melhorar sua infraestrutura, facilitar o acesso ao crédito com menores juros para as atividades produtivas.

Na questão de estratégias, ficou patente que o empreendedor trabalha com a estrutura vivencial, aprende nas experiências do dia a dia. Procedimentos mais bem estruturados são bem vindos no gerenciamento de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. Utilizar princípios básicos da gestão já é um bom começo. A profissionalização dos empreendedores melhora o gerenciamento das empresas. Assim, acredita-se que o empresariado atuará com ideias bem mais sistematizadas por imperativos exigidos do mercado competitivo. Ou o empresário organiza as empresas ou a vida das organizações serão muito efêmeras.

Por fim, acredita-se na possibilidade de avanço do empreendedorismo. Conforme já destacado, o contexto do país e da região é favorável. Entretanto, o planejamento articulado dos órgãos de fomento ainda se mostra como principal viés para a construção de um empreendedorismo consistente e sustentável em longo prazo no município. Já o empreendedor melhor qualificado com estratégias mais apuradas, em tese, pode ter continuidade nos negócios.

REFERÊNCIAS

- AUSDRESTSCH, David B. “Entrepreneurship: A Survey of the Literature”. European Commission. 1-73. 2002. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/old-address-ec.htm>>. Acesso em: 15 jan. 2010.
- BOAVA, Diego Luiz Teixeira. **Estudo sobre a Dimensão Ontológica do Empreendedorismo**. Dissertação (Mestrado em Administração) - PPA-UEL/UEM, Londrina, 2006.
- BRASIL. Governo da Bahia. Informativo: “Bahia Oportunidades – Sul e Extremo Sul”. Salvador: Secretária da Indústria, Comércio e Mineração, 2010.

- CASSON, Mark. **The entrepreneur**: an economic theory. Oxford: Martin Robertson, 1982.
- CONEXÃO. **Oportunidades com a Copa do Mundo**. Publicação do Sebrae para o Empreendedor Baiano, n. 187, ago./set., p. 5, 2010.
- DE PAULA, João A.; CERQUEIRA, Hugo E.A. da G.; ALBUQUERQUE, Eduardo da Motta. O Empresário na Teoria Econômica. **Revista de Economia Política**, v. 24, n. 4, p. 563-583, out./dez., 2004.
- DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1986.
- FALCONE, Thomas; OSBORNE, Stephen. **Entrepreneurship**: a Diverse Concept in a Diverse World. USASBE – United States Association for Small Business and Entrepreneurship. 2005. Disponível em: <http://usasbe.org/knowledge/>. Acesso em: 15 abr. 1999.
- FILION, Louis J. From Entrepreneurship to Entreprenology: the emergence of a new discipline. **Journal of Enterprising Cultures**, v.6, n.1, p.1-23, 1998.
- _____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v.34, n.2, p.5-28, 1999.
- GARTNER, William B. Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development. (Business research). **Business Journals**, 2001. Acesso em: 11 mar. 2010. Disponível em: <http://www.entrepreneur.com/tradejournals/article/80787420_1.html>.
- GIBSON, James L. et al. (Orgs.). **Organizações**: comportamento, estrutura e processos. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.
- KIRZNER, Israel M. **Competição e atividade empresarial**. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 1986.
- KNIGHT, Frank. **Risco, incerteza e lucro**. Rio de Janeiro: Editora Expressão e Cultura, 1972.
- KREISIG, Denise; SPRINGER, Fabio A.; PETRY, Luiz I. O Processo de Gestão em Empresas Familiares: um estudo em empresas de terceira a quinta gerações. In: CONGRESSO USP – CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 5., **Atlas...**, 2005. Disponível em: < http://www.congressousp.fipecafi.org/artigos52005/an_resumo.asp?cod_trabalho=246>. Acesso em: 22.05.2010.
- LEIBENSTEIN, Harvey. Entrepreneur and development. **The American Economic Review**, v.58, n. 2, p.72-84, 1968.
- MACÊDO, Fernanda M. F.; BOAVA, Diogo L. T.; SILVA, Amanda F. Estudo sobre as abordagens econômica e comportamental no empreendedorismo. In: SEMEAD, XII., **Anais...** Cidade Universitária, São Paulo, 2009 (CDROM).
- MACLELLAND, D.C. **The achieving society**. New York: Van Nostrand, 1961.
- MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia**: tratado introdutório. São Paulo: Nova Cultura, 1985.
- ROLL, Eric. **História das Doutrinas Econômicas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972.
- SALAZAR, José N. A. Estratégia organizacional e empreendedorismo”. **Organizações em Contexto**, Ano 2, n. 4, p.196-214, 2006.
- SANTOS, António. Estratégia; Estratégia e tática: evolução conceptual e instrumentos. In: _____. (Org.). **Gestão Estratégica**. Lisboa: Escolar Editora, p.111-119; 256-341, 2008.
- SARKAR, Soumodip. **Empreendedorismo e Inovação**. Lisboa: Escolar Editora, 2010.
- SAY, Jean-Baptiste. **Traite D'Économie Politique**. France: Calmann-Lévy, 1972.
- SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultura, 1985.
- SWEDBERG, Richard. The Social Science View of Entrepreneurship: Introduction and Practical Applications. In: _____. (Org.) **Entrepreneurship**: The Social Science View. Oxford: Oxford University Press, 2000. p. 7-44.
- TIMMONS, J.A. **The entrepreneurial mind**. Andover: Brick House Publishing, 1989.