



AVALIANDO A SATISFAÇÃO DOS EMPREENDEDORES EM BOA VISTA - RORAIMA: O CASO DO ATUAL EMPREENDEDOR EM 2008.

Wladimir Rocha Cavalcanti

Resumo

O presente artigo tem como objetivo avaliar a satisfação dos participantes no Atual Empreendedor promovido pela Faculdade Atual da Amazônia (FAA) com parceria do SEBRAE/RR e Governo do Estado em 2008. No referencial teórico focaram-se as abordagens que ressaltam a importância do tema empreendedorismo como uma das áreas que mais se pesquisa e que se tem amplamente discutido nos dias atuais, haja vista sua relevância numa sociedade em que os empregos tradicionais estão cada vez mais escassos e os indivíduos precisam encontrar e desenvolver novas carreiras para se manterem econômicos. Quanto aos procedimentos metodológicos, a pesquisa classifica-se como descritiva com caráter exploratório e documental. Os principais resultados apontam que o grande desafio do empreendedorismo na FAA está no ato de estimular os alunos e os profissionais a desenvolverem um Plano de Negócios, o que promove resultados positivos à medida que se busca estimular o potencial de criatividade, visão sistêmica e iniciativa empreendedora do discente. Espera-se que este estudo contribua para a disseminação da temática e, conseqüentemente, incentive o desenvolvimento de novas pesquisas.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Inovação, Satisfação.

Abstract

This article aims to evaluate the satisfaction of participants Current Entrepreneur sponsored by Faculty Current Amazon (FAA) in partnership with the Sebrae / RR and the State Government in 2008. In the theoretical framework have focused approaches that emphasize the importance of the issue entrepreneurship as one of the areas that most research and which has widely discussed nowadays, given its relevance in a society where traditional jobs are increasingly scarce and individuals need to find and develop new careers to remain economic. As for the methodological procedures, the research is classified as descriptive and exploratory with documentary character. The main results show that the great entrepreneurial challenge in the FAA is in the act of encouraging students and professionals to develop a business plan, which promotes positive results as it seeks to stimulate the potential for creativity, systemic vision and entrepreneurial initiative the student. It is expected that this study will contribute to the spread of the theme and therefore encourage the development of new research.

Keywords: Entrepreneurship, Innovation, Satisfaction.



1. INTRODUÇÃO

Com as novas mudanças da sociedade e dos mercados, cada vez mais abertos e globalizados, os empreendedores vislumbra independência, alguns buscam riquezas, outros realizações. Surgem desafios, cada vez mais inesperados, cujas soluções alteram a dinâmica das organizações que, para sobreviverem, necessitam tornar-se empreendedoras e competitivas em custos, qualidade, velocidade e inovação, itens essenciais a uma gestão moderna. Observa-se que os profissionais capazes de conviver nestas organizações devem estar preparados para uma nova base filosófica que contemple uma formação mais completa ou generalista. Esta formação deve, além de envolver conteúdos teóricos consistentes e habilidades práticas, incorporar também atitudes que façam com que os discentes tenham uma postura crítica dessa realidade transformadora do mundo atual.

No contexto de um ambiente dinâmico, coloca-se, claramente, um desafio relativo à qualificação das pessoas para atuarem de forma efetiva na sociedade, como agentes de mudanças e como parceiros na criação de novas oportunidades.

Inseridas no contexto de necessidades constantes de mudanças na sociedade estão presentes as Faculdades, posicionando-se e buscando novas respostas e orientações frente às posturas estabelecidas pelos pilares da educação (thornburg, 1997). O papel da universidade como catalizadora para a formação do empreendedorismo ganha, atualmente, cada vez mais relevância por acreditar ser possível desenvolver o espírito empreendedor nos indivíduos, os quais necessitam de certas condições de aprimorar suas novas habilidades e potencializar as pré-existentes (Stevenson, 2001).

A caracterização do perfil do empreendedor a ser trabalhado é de suma importância, uma vez que são a elas que buscamos potencializar, suportar e desenvolver através das estruturas pedagógicas da instituição Universidade.

A faculdade é um espaço onde surgem novas idéias, se desenvolvem novos processos, formam-se novos cientistas e profissionais. É “uma instituição social que busca construir respostas alternativas aos grandes desafios da sociedade contemporânea, com vistas ao seu pleno desenvolvimento” (CARNEIRO, 2003 apud FONSECA, 2005).



Este artigo tem como objetivo principal, analisar a satisfação dos empreendedores no Atual Empreendedor 2008, através dos arquivos documentais, relatórios dos cursos, pesquisa feita pela Empresas Junior da FAA, Depoimentos do Diretor e Superintendente do SEBRAE-RR, e dados referentes as edições do Atual empreendedor.

2. REFERENCIAL TEORICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

“A palavra empreendedor (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo de novo” (HISRISH APUD DORNELAS, 2001, p.27). Segundo Dornelas (2001), já no século XVII foram registrados os primeiros indícios de empreendedorismo: as pessoas firmavam acordos com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. São registros que começaram a delinear o grupo de empreendedores (aqueles que assumem riscos) dos capitalistas (aqueles que forneciam o capital). O processo de industrialização foi imprescindível para se diferenciar estes dois grupos.

Com a competição existente no mercado de trabalho, as pessoas estão cada vez mais buscando sua independência, traçando novos caminhos e aproveitando oportunidades. O empreendedorismo surge como uma das principais alternativas para que se alcance este objetivo. Seguindo esta tendência do crescimento do número de empreendedores, Timmons apud Dornelas (2001, p.19) diz que “o Empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX”.

Para Joseph Schumpeter apud Dornelas (2001, p.37), “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente através da introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização, ou pela exploração de novos recursos ou materiais”. Segundo José Dornelas (2001), o processo empreendedor envolve

todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas. Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo, o empreendedorismo requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer. Em terceiro, o empreendedorismo requer ousadia, que se assumam riscos calculados, que se tornem



decisões críticas e que não se desanimem com as falhas e erros (DORNELAS, 2001, p.38).

Conforme o Sebrae, os empreendedores teriam as seguintes características básicas: busca de oportunidades; persistência; comprometimento; qualidade e eficiência; riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemáticos; persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança (“As dez características do empreendedor”, disponível em <www.sebraemg.com.br>). Dornelas (2001, p.40), fala ainda que “o talento empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação e muito trabalho dessas pessoas especiais, que fazem acontecer. Onde existe talento, há a oportunidade de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios”.

2.2 O PROCESSO EMPREENDEDOR

Embora inicialmente vinculado unicamente à “descoberta e exploração de oportunidades criativas” (SHANE e VENKARAMAN, 2000), o empreendedorismo, além de ser associado à criação de novos negócios, também pode ser associado ao desenvolvimento, à expansão das atividades de negócios já existentes. Nesta última linha de pensamento, o conceito é concebido “como meio de crescimento e renovação para grandes empresas”. (BIRCH, apud PAIVA JR. E CORDEIRO, 2002).

Numa tentativa de classificar as duas definições do empreendedorismo em vertentes dicotômicas, Fillion (apud VIDAL E SANTOS Fo., 2002), vincula Aos economistas a associação do termo com a inovação organizacional, enquanto vincula Aos comportamentalistas a associação do empreendedorismo com aspectos criativos e intuitivos, ou seja, da identificação de oportunidades e criação de novos negócios.

O brasileiro é um dos povos com intenso espírito empreendedor. Segundo pesquisa internacional relatada por Dornelas (apud Paiva Jr. e Cordeiro, 2003), “para cada oito brasileiros em idade adulta, um está abrindo ou pensando em abrir um negócio”. Zilber et. al. (2003) explicam essa incidência também pela “privatização das estatais e enxugamento das empresas privadas”, que tem levado à existência de maior número de “profissionais no mercado de trabalho que buscam a recolocação e novas oportunidades de investimento”. Apesar do estímulo dado pelo surgimento, na década de 1990, de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), impressiona a taxa de mortalidade dos novos empreendimentos (Dornelas, 2001, p.25).



Pesquisa desenvolvida pelo BNDES detectou que, das empresas criadas em 1996, 47,7% foram fechadas em três anos. As causas apontadas pela pesquisa do BNDES concentram-se na falta de recursos e acesso a crédito. Entretanto, o Sebrae aprofundou a pesquisa, entrevistando “inclusive donos de empresas falidas entre 1988 e 1999” e concluiu que, além de uma boa gestão, é necessário um planejamento prévio para a sobrevivência das novas organizações. (BNDES, apud Jimenez, 2002), ou seja, a eficácia do processo empreendedor.

Alguns estudos realizados no contexto nacional (VALE et al, 1998; BEDÊ e AZZONI, 1999 e ALVES et al, 1999), mostraram que, além de variáveis externas como a instabilidade econômica, escassez de recursos, saturação do mercado, entre outros, contribuem para a mortalidade dessas empresas, assim como o grande despreparo no tocante às práticas gerenciais. Em outras palavras, é preciso seguir e desenvolver todo um processo empreendedor, dentro de um processo de planejamento bem elaborado definindo quais etapas devem ser vencidas e quais ações devem ser tomadas.

Na visão de Hisrich e Peter (apud Dornelas, 2001), o processo empreendedor desenvolve-se na seguinte seqüência: identificar e avaliar a oportunidade; desenvolver o plano de negócio; determinar e captar os recursos necessários e; gerenciar a empresa criada. Degen (1989), concorda com essa seqüência processual em parte, pois argumenta que o plano de negócios deva ser a terceira, e não a segunda etapa. Para ele, após a identificação da oportunidade, é preciso desenvolver o conceito do negócio. Isto implica em descrever: a necessidade do grupo de clientes que se pretende atender, com algo (produto ou serviço) que se sabe fazer a um custo que esses clientes estão dispostos a pagar.

O conceito do negócio pode ser representado por um tripé. Em um, as diversas necessidades que podem ser atendidas; no segundo, os segmentos potenciais e, no terceiro, as formas alternativas de atender a cada combinação de segmento ou necessidade. O desenvolvimento do conceito do negócio exige a identificação dos riscos em cada alternativa. Isso pode ser feito através do levantamento de experiências similares vivenciadas por outros empreendedores, o que também justifica a metodologia apresentada aqui neste estudo.

Esta pesquisa do levantamento de experiências de trabalho de outros empreendedores, para identificar formas de superação de problemas específicos, é considerada por Whiteley



(1996), como um dos imperativos da qualidade, e é denominada por ele, como “aprenda com os vitoriosos”. Chega a orientar sobre “a escola dos nove passos” para aprender com os vitoriosos. Embora destinada a organizações já existentes, é uma boa orientação para empreendedores como forma de aprendizado. Em sua orientação, devem ser identificados os problemas específicos sobre os quais se busca orientação, selecionadas as empresas que tenham solucionado tais tipos de problemas, desenvolver objetivos específicos antes da visita, elaborando lista de perguntas como guia e realizar a visita. Como última recomendação a empreendedores iniciantes, o autor recomenda: mostre às firmas visitadas os resultados da visita; no caso, após estar o empreendimento em funcionamento.

Retomando, no processo empreendedor, após a identificação da oportunidade, passa-se à definição do conceito do negócio, para o que se pode aplicar a metodologia de Whiteley de aprender com o sucesso alheio. Nesse aprendizado, podem-se identificar os riscos do empreendimento e estudar medidas para minimizá-los: é a seqüência do processo empreendedor, na visão de Degen (1989, op. cit, p.65)

O próximo passo do processo, na visão do autor, é avaliar o potencial de lucro e crescimento do empreendimento e definir a estratégia competitiva. Só passando por todo esse processo é que o empreendedor está apto a elaborar seu plano de negócio, implementar o empreendimento e gerir sua operacionalização. O Quadro 1 mostra a seqüência do processo na visão de Degen e Hisrich e Peter.

A visão de Ronald Degen	A visão de Hisrich, R.D. & Peter, M.P.
1-Identificar a oportunidade e coletar informações	1-Identificar e avaliar a oportunidade
2- Desenvolver o Conceito do Negócio : 2.1- Identificar Riscos 2.2- Procurar Experiências similares 2.3- Estudar medidas para reduzir riscos 2.4- Avaliar Potencial de Lucro e	



Crescimento	
2.5- Definir a estratégia competitiva	
3- Implementar o empreendimento:	2-Desenvolver o Plano de Negócios
3.1- Elaborar Plano do Negócio	
3.2- Verificar viabilidade do negócio	3-Determinar e captar os recursos necessários
3.3- Operacionalizar e gerir o negócio	4-Gerenciar a empresa criada

Fonte: Adaptado de Degen , 1989; e Hisrich, e Peter, apud Dornelas, 2001.

Quadro 1- Equivalências dos passos do processo empreendedor nas visões de Degen e Hisrich

O sucesso de novos empreendimentos não somente dependente dos fatores externos já explicitados, ou do desenvolvimento adequado do processo empreendedor, mas também do comportamento empreendedor, que pode levar as organizações emergentes ao sucesso ou ao fracasso.

Nesse enfoque, o comportamento empreendedor assemelha-se ao conceito de orientação empreendedora, identificado por Lumpkin e Dess (1996) como um processo associado a métodos, estilos e escolhas estratégicas. Segundo Mc Clelland, o comportamento empreendedor pode ser caracterizado em diferentes categorias: realização, englobando a busca de oportunidades e iniciativa, exigência de qualidade e eficiência, persistência, independência e autoconfiança; planejamento e resolução de problemas, englobando correr riscos calculados, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos e; influência, englobando itens de relação com as pessoas, como comprometimento e persuasão e redes de contato (VITAL e SANTOS, 2000).

4. ATUAL EMPREENDEDOR

4.1 HISTÓRICO DA FACULDADE ATUAL

O Projeto da Faculdade Atual da Amazônia foi construído a partir de um minucioso diagnóstico sobre a realidade do ensino superior no estado de Roraima em 1999. Em 2000, iniciou uma pequena turma de especialização em consultoria empresarial, em parceria com a



Universidade Federal de Roraima (UFRR) e o Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresa (Sebrae).

Instalou-se em Boa Vista definitivamente, iniciando suas atividades no Colégio Colméia, em 28 de março de 2001, data em que foi credenciada pelo Ministério da Educação, através da Portaria nº 583. Pouco tempo depois, teve início a construção do campus, numa área com mais de 150.000 m², e atualmente com mais de 12.000 m² de edificações e áreas comuns como estacionamento, complexo de esporte e praças de integração, no bairro União.

Um começo difícil, enfrentando as dificuldades inerentes a um estado ainda muito novo, carente de muitos recursos tecnológicos e científicos, mas ávido por crescer e se desenvolver. Com essa visão empresarial, Adriano Remor, Alexandre Remor e Ruy Martini lançaram-se de corpo e alma no seu projeto, criando o que é hoje um símbolo na capital do estado: ‘Atual, a marca da educação’.

A Faculdade Atual da Amazônia possui mais de 160 professores, 150 colaboradores e 4.000 alunos distribuídos nos cursos de Direito, Administração de Empresas, Sistemas de Informação, Ciências Contábeis, Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Licenciatura em Pedagogia e Computação, Tecnólogo em Gestão Pública, Tecnólogo em Gestão de Agronegócios, Tecnólogo em Eventos, Tecnólogo em Secretariado Executivo, Tecnólogo em Gestão Ambiental e Tecnólogo em Processos Gerenciais, Tecnólogo em Comércio Exterior, além de cursos de pós-graduação em parceria com a Fundação Getúlio Vargas.

Determinação, visão empreendedora e estratégia de mercado. Esse foi o tripé utilizado para a criação da Faculdade Atual da Amazônia, que em pouco mais de 8 anos se consolidou como a marca da educação no estado, tendo obtido recentemente o conceito máximo na avaliação externa do Ministério da Educação. E a instituição apresenta a seguinte missão, visão e valores. **(Fonte: site da Instituição – www.faculdadeatual.edu.br)**

Missão: Contribuir para o desenvolvimento sustentável, pela formação de profissionais capazes e comprometidos com região amazônica.



Visão: Ser reconhecida como a melhor Instituição de Ensino Superior Privada na Região Norte

Valores: Diálogo e Participação; Compromisso com o social; Empreendedorismo; Comprometimento e Identificação; Busca da qualidade e excelência.

4.2 ATUAL EMPREENDEDOR

Uma iniciativa da Faculdade Atual da Amazonia – FAA e através dos Professores André Wanderberg (2004) e Edair Canudo (2005) surge as duas edições como atividades didático-pedagógica com a prática das empresas experimentais por parte dos discentes da disciplina de empreendedorismo e que naquela ocasião não tinha formatação a nível de um projeto e amplitude que teria a partir dessas duas edições, mas podemos afirmar que a origem do atual evento é justamente esses fato histórico, isso explica por que na própria contagem contabiliza um total de cinco edições do atual empreendedor. As edições acima citadas, deram origem a esse evento, que hoje faz parte do calendário acadêmico da Faculdade e também dos eventos empresarias no Estado de Roraima.

A terceira edição inicia com o professor Nirval Brito no curso de agronegócios com as empresas experimentais no período de 2006.1, dar iniciativa com os dicentes do curso, para a descoberta do empreendedorismo. Em 2006.2 o próprio professor ampliando os seus conhecimentos através do curso de administração na fase embrionária, resultando a primeira edição do Atual Empreendedor 2006 no campus Faculdade Atual da Amazônia nos dias 13 e 14 de novembro de 2006.

O evento tem o propósito de efetivar a aproximação do mundo acadêmico com o mercado empresarial, visando estimular a formação de novos negócios e a descoberta de competências e habilidades que por si só sejam um incremento de renda pessoal ou familiar, disponibilizando ao público visitante: oportunidades de negócios, capacitação empresarial e de habilidades produtivas, informações gerenciais e tecnológicas. O público alvo a ser atingido são: estudantes, profissionais em educação, profissionais liberais, pessoas que pensam em montar um negócio, pessoas em busca de conhecimento e descoberta de habilidades , por fim pequenos e médios empreendedores urbanos. Tendo como resultados esperados: difundir a cultura empreendedora regional, massificar a informação empresarial



focada na formação de negócios, possibilitar a descoberta e o aprimoramento de habilidades e vocações produtivas, abrir espaço para divulgação e comercialização dos produtos fabricados pelas empresas experimentais da FAA, potencializar a geração de negócios entre empresas experimentais e empresas formalizadas e firmar a imagem de evento como um local de negócios, arte, cultura e informação. Nesta edição apresentou a seguintes composição: A Exposição – espaço destinado para participação das empresas experimentais, bem como para apresentação de estudos de viabilidade de negócios, empresas formais, e instituições empresas parceiras do evento; Palco empreendedor – espaço destinado para apresentação do empreendedorismo nas sua vertente artistica; Palestras Gereais – espaço destinado para apresentação de 02 (duas) palestras com tema aberto sobre empreendedorismo, esses eventos foram realizados na biblioteca da FAA, com a capacidade de 150 pessoas; Palestras de gerenciamento – espaço destinado para execução de palestras com o foco no gerenciamento de negócios com a duração de 01 hora cada; e Oficinas de habilidades – espaço destinado para execução de atividades focadas no desenvolvimento de habilidades produtivas que contribuam para formação de negócios e na complementação de renda. Na terceira edição tivemos como co-patrocinadores: SEBRAE/RR, Governo do Estado, Banco Bradesco, Folha de Boa Vista, Tribunal de Justiça, Stands Experimentais, e Stands Comerciais. **(Fonte: Faculdade Atual da Amazonia-FAA: Atual Empreendedor, 2006).**

Na quarta edição, já um pouco mais estruturada através de um Guia do Evento apresentado e submetido a uma apreciação a todos que participam deste projeto, ganha uma Versão 2007 – Feira de Negócios – Atual Empreendedor 2007, onde seu maior objetivo é fomentar a cultura empreendedora no mercado Roraimense. Com o grande sucesso da edição anterior o evento ganha mais um dia: 12, 13 e 14 de novembro no campus da Faculdade Atual da Amazônia. A FAA busca também profissionais com experiências comprovada na realização de eventos de médio e grande porte, visando com isso uma estratégia de reforço e posicionamento da marca junto ao mercado em que atua. Esta edição do evento representa a consolidação da marca dos parceiros como também um marco na realização de eventos com essa característica, pois estarão atrelados ao evento, marcas fortes, que traduzem confiança, credibilidade e respeito ao mercado e seus consumidores. A quarta edição tem um proposito de efetivar a aproximação do mundo acadêmico com o mercado empresarial, estimulando a formação de novos negócios e a descoberta de competências e habilidades visando o aprimoramento profissional e um incremento da renda pessoal. Trazendo como público alvo: estudantes, profissionais em educação, profissional liberal, pessoas que pensam em montar



um negócio, buscar conhecimento e habilidades, pequenos e médios empreendedores urbanos. Setores contemplados: comércio, serviço, indústria, agronegócio, arte, literatura e produtor autônomo. Na estrutura desse evento, trás: Exposições de empresas experimentais, empresas formalizadas, empreendedor autônomo, palestras de gerenciamento, palestras gerais, oficinas e palco empreendedor. Dentro dos resultados esperados, destacamos: Quantitativos (Realizados: 64 palestras de gerenciamento, 35 oficinas de habilidades, 03 palestras de empreendedorismo, atendidas 98 empresas formais e informais e alcançou um público visitante de 12.000 pessoas). Qualitativos – Difundiu a cultura empreendedora; Massificar a informação empresarial focada na formação de negócios; Possibilitou a descoberta e o aprimoramento de habilidades e vocações produtivas; Abriu espaço para divulgação e comercialização dos produtos fabricados pelas empresas experimentais da Faculdade Atual da Amazônia; Potencializou a geração de negócios entre empresas experimentais e empresas formalizadas e Firmou a imagem do evento como um local de negócios, arte, cultura e informação. Nesta quarta edição, podemos notar ou confirmar o grande potencial do evento que cresce a cada momento. **(Fonte: Dados fornecidos pela Faculdade Atual da Amazonia – FAA – Atual Empreendedor – Versao 2007).**

Depois de toda essas edições, a Faculdade Atual da Amazonia – FAA, promove o maior encontro entre acadêmicos e investidores em roraima na quinta edição do Atual Empreendedor 2008 – Inovar, faz toda a diferença – nos dias 29, 30, 31 de outubro de 2008. O grande lema desse evento primordial e unico da IES em Boa Vista – RR. Apresentado, submetido e aprovado o projeto de maior evento de empreendedorismo do Estado e atingindo o seu objetivo de fomentar a cultura empreendedora no mercado roraimense. Esta edição consolida a marca e o conceito do evento como referência de atividade com o foco no fomento ao empreendedorismo, bem como, o desejo de estabelecer a marca de todos os realizadores e parceiros como organizações centradas em ações que estimulem o desenvolvimento pessoal, intelectual e econômico no Estado de Roraima. Para com isso, estar buscando sempre parceiros com marcas fortes que traduzem confiança, credibilidade e respeito ao mercado e aos seus consumidores, e acima de tudo com ética.

Nesta edição do Atual Empreendedor 2008, de forma extraordinária, o evento trás na sua estrutura de capacitação, a seguinte composição: Palestras de gerenciamento, Palestras Empreendedoras, Mesas Redondas, Rodadas de Negócios, Oficinas, Estrutura de Alimentação, Estrutura do Palco Empreendedor, Estrutura para trabalhos acadêmicos,



Estrutura para imprensa. De uma forma totalmente estruturada o Atual Empreendedor 2008 consolidou como um dos maiores do segmento de empreendedorismo da região Norte do Brasil. O evento foi coordenada pela FAA, SEBRAE/RR e Governo do Estado de Roraima e tendo como patrocinadores: CEF, Governo Federal, Prefeitura de Boa Vista, Banco do Brasil, Folha de Boa Vista, Bradesco e Publicolor. E contou também como apoiadores: Photo Júnior, TV Cidade, Rick Som, TV Ativa, SENAC/RR, Refrigerantes Monte Roraima, BV Formaturas, FETEC. A edição 2008 cujo eixo norteador baseou-se: “Inovar, faz toda a diferença”, trouxe uma série de novidades, além de uma significativa ampliação estrutural que possibilitou atender 60 expositores oriundos de empresas do segmento atacadista e varejista da cidade de Boa Vista e 40 trabalhos acadêmicos apresentados por meio das empresas experimentais. Para atingir esses objetivo, o evento foi estruturado da seguinte forma: negócios, educação e cultura, representados por praça de alimentação, 05 (cinco) pavilhões de exposição, 30 (trinta) salas de aulas e dois mini auditorios para palestras e cursos. E finalizando esta quinta edição com o lançamento de publicações técnicas sobre empreendedorismo, apresentações de músicas, teatro, contos e danças. E ainda, não esquecendo do grande sucesso e destaque do atual empreendedor 2008, o leilão de ovinos. **(Fontes: Dados dos arquivos da Faculdade Atual da Amazonia – FAA, Atual Empreendedor 2008).**

5. METODOLOGIA

Para desenvolver esse artigo aplicou-se a pesquisa exploratória, com levantamentos bibliográficos. Conforme Gil (1999), as pesquisas exploratórias, colaboram para descrições precisas, aclaram e ajudam a modificar conceitos e idéias, facilitando verificação de relações entre os elementos estudados, através do estudo do material bibliográfico e documental a que o pesquisador tem acesso. A pesquisa exploratória tem por finalidade principal desenvolver, esclarecer e modificar idéias e conceitos, de forma a tornar mais explícito o tema ou a construir hipóteses a seu respeito.

Utilizou-se analisar as principais publicações sobre o tema nos últimos três anos e obtenção de informações sobre o caso em estudo fontes de dados que incluem: projetos, jornais, sites revistas e arquivos da FAA.

6. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS



A análise dos dados foi conduzida da seguinte forma: na primeira etapa: coleta de dados através de um questionário aplicado pela Empresa Junior da FAA, na segunda etapa através das pesquisas fornecidas também pela direção da FAA, a terceira e última fase através dos relatórios fornecidos pelas coordenações de cursos que participaram do evento. E todos os dados fornecidos foram de forma documental dos arquivos da instituição. Onde podemos analisar as palestras gerenciais no total de 35. Dentre elas as que mais se destacaram em relação à procura foram as seguintes: A Nova lei das Sociedades por Ações – 45 pessoas; Administração de Finanças – 42 pessoas; Desafios Contábeis para o Século XXI – 42 pessoas e A Arte de Falar em Público – 40 pessoas. Após lançar os dados, foi feita a média das quais na primeira palestra o grau de satisfação foi de 4,27. Na segunda palestra o grau de satisfação foi de 4,39. Na terceira palestra o grau de satisfação foi de 4,50 e na quarta palestra gerencial a média de satisfação foi de 3,85. Conforme o resultado apresentado acima da pesquisa de satisfação, a média de acordo com a legenda ficou entre 3(Bom) e 4(Muito Bom). Ainda os resultados foram analisados de forma qualitativa e quantitativa. Nas questões fechadas, utilizando-se da estatística descritiva, para o levantamento das frequências e porcentagens das respostas, foi utilizado o software SPSS. O SPSS é um software modular, completo para todo o processo analítico: planejamento, acesso aos dados, gerenciamento e preparação de dados, análise, relatório e disponibilização (SPSS, 2004). Não foi utilizada nenhuma prova estatística paramétrica ou não paramétrica.

Passamos, então, à análise dos resultados obtidos. Com relação às palestras gerenciais, nas Tabelas abaixo, pode ser observada a distribuição da amostra:

Tabela 1 – Palestra 1 – A NOVA LEI DAS SOCIEDADES POR AÇÕES Distribuição da amostra pelas legendas	Frequência	%
3 – Bom	6	13,3
4 - Muito Bom	14	31,1
5 - Excelente	25	55,6
Total	45	100,0



Tabela 2 – Palestra 2 – ADMINISTRAÇÃO DE FINANÇAS - Distribuição da amostra pelas legendas	Frequência	%
3 – Bom	4	7,6
4 - Muito Bom	16	37,6
5 - Excelente	22	54,8

Total	42	100,0
-------	----	-------

Tabela 3 – Palestra 3 – DESAFIOS CONTÁBEIS PARA O SÉCULO XXI - Distribuição da amostra pelas legendas	Frequência	%
3 – Bom	5	11,1
4 - Muito Bom	12	26,7
5 - Excelente	25	62,2

Total	42	100,0
-------	----	-------

Tabela 4 – Palestra 4 – A ARTE DE FALAR EM PÚBLICO- Distribuição da amostra pelas legendas	Frequência	%
3 – Bom	5	10,6
4 - Muito Bom	13	35,0
5 - Excelente	22	54,4

Total	40	100,0
-------	----	-------



A amostra, em termos de distribuição pelas legendas, está relativamente equilibrada, mesmo sendo não probabilística acidental. Nas tabelas 1, 2, 3, e 4, a amostra apresentada, reforça a média encontrada em torno da satisfação da população.

6.1 PESQUISA

Cada ano, durante o encerramento do Atual empreendedor, é realizado uma pesquisa de opinião junto ao público em geral, com o intuito de coletar informações que servirão como base para o aprimoramento das futuras edições. Considerando o maior evento de empreendedorismo da região Norte, o Atual Empreendedor 2008, realizado entre os dias 29 a 31 de outubro, mostrou por meio de uma pesquisa de amostragem, o grau de satisfação dos visitantes e dos expositores formais e experimentais, mostrando o seguinte resultado: a primeira pergunta: se adquiriu algum produto exposto no evento? 95,7% responderam que sim e 4,3% responderam que não adquiriu; a segunda pergunta foi se a expectativa que tinha em relação ao evento esta sendo confirmada? dos entrevistados, 85,2% responderam que sim e apenas 14,8% responderam que não; a terceira pergunta, como avalia o espaço físico utilizado na realização do evento? 73,1% responderam que estava bom, 23% que estava ótimo e apenas 3,9% responderam que estava regular o espaço físico; quarta pergunta, como avalia a realização do evento? dos entrevistados, 69,2 responderam que estava bom, 27,4 estava ótimo e apenas 3,3% estava regular; na quinta pergunta, de maneira geral como classifica a qualidade deste evento? 71,2% responderam que bom, 24,4% ótimo e 4,3 regular; sexta e última pergunta feita junto ao público em geral foi a seguinte, esteve no atual empreendedor do ano passado? e 71,3% confirmaram que sim e apenas 28,7% dos entrevistados disseram que não. **(Fonte: Pesquisa feita pela a Empresa Junior – Consultoria e Assessoria da FAA, 2008)**

No segundo momento a pesquisa foi direcionada para as empresas patrocinadoras do Atual Empreendedor 2008, seguindo as seguintes perguntas: a primeira pergunta, como o(a) Sr. (a) avalia a divulgação do evento Atual Empreendedor na mídia? todos responderam que ótima, ou seja, 100% dos entrevistados; segunda pergunta, o(a) Sr.(a) foi bem atendido (a) quando solicitou auxílio ou apoio ao pessoal que presta apoio aos participantes do evento? e novamente os 100% dos entrevistados responderam que sim; terceira pergunta, o horário de funcionamento da feira foi adequado? e todos os entrevistados responderam que sim (100%);



quarta pergunta, os dias de realização da feira foram adequados? 100% dos entrevistados confirmaram que sim; quinta pergunta, a sua estimativa de negócios em volume quantitativo e financeiro foi atendida? Os 100% dos entrevistados responderam que sim; sexta pergunta, qual sua impressão acerca dos visitantes do Atual Empreendedor? Também todos os 100% dos entrevistados responderam que sim; sétima pergunta, como o(a) sr(a) avalia a organização do evento? 14% responderam que boa e 86% dos entrevistados responderam que ótima; oitava pergunta, qual a sua impressão do evento de uma forma geral? E novamente todos os 100% dos entrevistados responderam que ótima; nona pergunta, a sua empresa a qual o(a) sr(a) representa, participou do Atual Empreendedor anterior? e todos os 100% dos entrevistados confirmaram que sim; décima e última pergunta, se participou do Atual Empreendedor anterior, o(a) sr(a) avalia que o deste ano em relação ao do ano passado: melhorou, mesmo o nível que o anterior, não sabe dizer ou não tem opinião formada? e todos confirmaram que melhorou, ou seja, 100% dos entrevistados confirmaram que melhorou. **(Fonte: Pesquisa feita pela a Empresa Junior – Consultoria e Assessoria da FAA, 2008)**

6.2 RELATÓRIO

Conforme cumprimento e também solicitação da Direção da Faculdade Atual da Amazônia, é apresentado um relatório de avaliação do evento por parte dos coordenadores de cursos envolvidos, para ser analisados os pontos fortes e pontos fracos. A análise da coordenação de Tecnólogo em Agronegócio, apresenta os seguintes pontos fortes: Empenho dos discentes e docentes, União da teoria com a prática, Local de fácil acesso aos visitantes, Curiosidade do público, Empenho da direção da Associação de Caprinos e Ovinos de Roraima (CORR) e da FAA, Boa divulgação, Interação com os produtores, Organização da estrutura física, Superação da meta financeira. E como pontos fracos: Curral distante, Pouco treinamento para o pessoal do manejo, Falta de crédito para os compradores, Pouco tempo para a escolha dos animais, Muitos lotes (demora do leilão). Análise da coordenação de Tecnólogo de Gestão Ambiental apresenta os seguintes pontos fortes: Organização das palestras gerenciais, participação dos alunos do curso, Boa interação dos palestrantes com o público, Boa localização dos stands, Participação e envolvimento de todos os alunos com o evento, A segurança dos stands durante os horários fora do evento. E como ponto fraco destaca: Atraso no primeiro dia, devido a abertura do evento, Não divulgação das palestras durante a feira, Problema nas inscrições online, Em alguns stands som muito alto. Análise da



coordenação de ciências contábeis, referente aos pontos fortes: Palestras sintonizadas com as tendências atuais do mercado, Qualidade das palestras, Lançamento do livro do professor do curso, Participação em massa dos alunos do curso, Organização do evento excelente. E destaca como pontos fracos: Horário colado ao das palestras, O tempo de debate não informado na programação, Falta de material (canetas, pastas), Acesso ao núcleo de práticas jurídicas prejudicadas pela organização do estacionamento. Análise apresentada pela coordenação dos cursos de Administração, Processos Gerenciais e Comércio Exterior, referente ao ponto forte: Palestras com temas atuais, Participação e envolvimento dos alunos dos cursos, Organização do evento, Aumento do número de stands, Inovação do leilão rural e vitrine tecnológica. E como pontos fracos: Alguns equipamentos com problemas, Atraso de um debatedor, Falta de lixieras, Estacionamento insuficiente, falta de climatização nos stands. **(Fonte: Dados fornecidos através dos relatórios das coordenações da FAA, 2008).**

O evento da Atual estimula iniciativa empresarial, conforme depoimento do superintendente do SEBRAE-RR, Rodrigo Jucá, dizendo o seguinte: que se mostrou otimista com as possibilidades de negócios futuros que o Atual Empreendedor pode ajudar a fomentar. Ele disse que o evento serve para estimular o empreendedorismo. “O Atual Empreendedor é o evento muito importante para fortalecer e estimular a cultura do empreendedorismo. Durante todo o evento, assuntos como teoria, negócios e práticas empresarial foram abordados, assuntos esses importantíssimos no momento de reflexão a respeito da história empreendedora do nosso Estado”, afirma Rodrigo Jucá. E conforme depoimento do diretor da Faculdade Atual da Amazônia – FAA, Adriano Remor, o Atual Empreendedor traz benefícios para os acadêmicos. Ele frisou tratar-se de uma iniciativa cujo objetivo é gerar renda para a economia de Roraima. “o Atual Empreendedor é inovador e a partir dele o acadêmico pode integrar com o mercado de trabalho, colocando em prática os conhecimentos teóricos ensinados em sala de aula”, explicou.

O Atual Empreendedor 2008 contou com a participação de 43 empresas experimentais da Faculdade Atual da Amazônia e do projeto Junior Achievement. Ao todo são 158 acadêmicos e professores envolvidos. **(Fonte: Jornal do Atual Empreendedor 2008).**

Com base nos dados apresentados, podemos analisar que em sua terceira edição, o Atual Empreendedor, evento realizado pela Faculdade Atual da Amazônia, Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Governo do Estado, já se tornou referência no estado e um dos eventos mais concorridos dos últimos tempos.



Durante os três dias de intensa programação, que encerrou na sexta-feira, dia 31 de outubro, mais de 15 mil pessoas, entre estudantes da faculdade e de outras instituições de ensino superior, profissionais em educação, profissionais liberais e pessoas interessadas em desenvolver habilidades empreendedoras, estiveram participando do evento, que vem inovando a cada nova edição.

Esse ano, uma das novidades apresentadas foi o leilão rural, na segunda noite, e que somou mais de R\$ 70 mil em vendas de ovinos, caprinos equinos e cachorros de raças variadas. Um leiloeiro com mais de 20 anos de experiência veio direto do Pará para conduzir a atração, que reuniu autoridades e criadores. Além disso, os acadêmicos do curso de Agronegócios produziam uma Vitrine tecnológica onde expuseram 25 culturas de potencial econômico para empreendedores rurais do estado.

Em depoimento do Diretor Acadêmico da Atual, Adriano Remor: fazendo um balanço das atrações preparadas para esse ano, afirmou que todas atingiram o resultado esperado e que algumas surpreenderam as expectativas. “O Palco Empreendedor, esse ano, não foi organizado por acadêmicos e trouxe diversas atrações culturais, estimulando a cultura e valorizando talentos roraimenses”, frisou.

Ainda segundo ele, as empresas experimentais, que procuram inovar a cada ano, deixarão saldo positivo no mercado local. “Tenho certeza que algumas delas serão transformadas em empresas formais e de sucesso”, ressaltou, lembrando a importância da participação das empresas formais no evento, que usaram o espaço como vitrine para mostrar aos milhares de visitantes seus produtos e serviços.

Sobre as ações de capacitação, Adriano destacou o fato de o evento ter ofertado 35 palestras gerenciais, 15 oficinas de habilidades e três mesas redondas que debateram temas relevantes com a presença de profissionais locais e de outros estados.

“Trabalhamos com capacitação para as mais variadas áreas e em praticamente todas tivemos as vagas esgotadas. O público do Atual Empreendedor também esteve ávido por adquirir novos conhecimentos”, salientou.

Ele enfatizou ainda a realização da primeira edição do Encontro de Iniciação Científica, promovido durante o evento e que expôs para os visitantes os trabalhos de



pesquisa de estudantes dos cursos de direito, pedagogia e sistemas de informação. “Esse evento nasceu da academia, organizado pelos estudantes e professores, com mais de mil pessoas envolvidas, o que faz com que a Faculdade Atual tenha verdadeiramente orgulho de poder contribuir para o desenvolvimento de Roraima”, destacou o Diretor Acadêmico da Atual.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Faculdade empreendedora assume o papel fundamental na construção de uma sociedade globalizada e em constante transformação.

Entende-se que em decorrência da missão de uma instituição de ensino superior empreendedora, incorpora-se a formação de pessoas e profissionais que possuam capacidade de estarem sempre comprometidos com esta dinâmica, assimilando informações, estruturando conhecimento e transformando competências em capacidades empreendedoras.

Acreditamos que, tanto na Faculdade pesquisada, como nas outras instituições brasileiras, tem ocorrido um movimento no sentido da consolidação do ensino do empreendedorismo, que contemple esta tendência social. Tal movimento está sustentado na necessidade de maior base científica para o empreendedorismo, visto que ainda hoje grande parte do trabalho desenvolvido nesta área provem de bases empíricas, confirmando com isso que o estudo do empreendedorismo ainda é muito recente no Brasil. Para superar tais adversidades, os profissionais de diversas áreas, tem que dispor de características empreendedoras, quando, com iniciativa, inovação e visão empreendedora, tem que “construir”. Esta construção deve levar em consideração as realidades regionais, as diversas bases empíricas disponíveis, bem como mesclar com pouco material científico disponível.

Após a realização da pesquisa, quanto o perfil e o desempenho, verificou-se que o perfil do empreendedor é um fator que interfere na satisfação com o desempenho. Procurou-se avaliar as relações existentes entre o perfil do empreendedor e sua satisfação com o desempenho das empresas.

Ao colocar-se o empreendedor como fator fundamental no desenvolvimento de um país, vê-se a necessidade de buscar qual a receita dos seus sucessos e explicações para suas dificuldades. Procura-se desta forma contribuir para o estímulo ao empreendedorismo crescente com base em oportunidades, uma necessidade evidente de país como o Brasil.



Os resultados apresentados pela pesquisa, demonstram que a realidade do empreendedorismo no Brasil está presente na Faculdade pesquisada.

8. REFERÊNCIAS

BNDES, Boletim MPME – Micro, Pequenas e Médias Empresas. Brasília, 2002. Disponível em: <<http://bndes.gov.br>>. Acesso em 17: abr. 2009.

DORNELLAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: campus, 2001.

FONSECA, Márcia Mascarenhas da. **Políticas para o ensino em turismo**: um estudo sobre um curso de graduação em Belo Horizonte, 2005.

PAIVA, Jr., Fernando G. De; CORDEIRO, Adriana T., Empreendedorismo e o espírito Empreendedor: uma análise da evolução dos Estudos na Produção Acadêmica Brasileira. **Anais... ENANPAD**,2002, 15p.

SEBRAE MG. **As dez características do empreendedor**. Disponível em:<www.sebraemg.com.br>. Acesso em abril de 2009.

SHANE, S., & VENKATARAMAN, S., The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, 25:217-226,2000

STEVENSON, H. H. **O compromisso é conseguir**. HSM Management n.25, ano 5 março-abril 2001, p. 72-76.

THORNBURG, D. **2020 Visões para o futuro da educação**. 1997. Disponível em:<www.tepd.org.com.br> Acesso em 20/04/2009

VIDAL, F. A. B., SANTOS Fo., J.L dos, Comportamento empreendedor do gerente-proprietário influenciando na vantagem competitiva de uma empresa varejista de médio porte. **Anais... ENANPAD**, 2003.



ZILBER, M.A., ALMEIDA, C.M.A, & CASTILHO.; A estratégia de Franchising e o perfil do franqueado como fator de sucesso do empreendimento: um estudo de caso. **Anais... ENANPAD.**; 2003.