



Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de
Políticas Públicas
Departamento de Administração

GLAUBER NÍKOLAS DUARTE DOS SANTOS

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS: indícios de validação de um instrumento

Brasília - DF
2018

GLAUBER NÍKOLAS DUARTE DOS SANTOS

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS: indícios de validação de um instrumento

Monografia apresentada ao Departamento
de Administração como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Professora Orientadora: Doutora Elaine
Rabelo Neiva

Brasília - DF
2018

GLAUBER NÍKOLAS DUARTE DOS SANTOS

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS: indícios de validação de um instrumento

**A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão
do Curso de Administração da Universidade de Brasília do aluno**

Glauber Nícolas Duarte dos Santos

Professora - Orientadora:

Prof^a. Dr^a. Elaine Rabelo Neiva

Prof. Dr. Francisco Antonio Coelho Junior
Professor - Examinador

Prof^a. Sonia Resende
Professora - Examinadora

Brasília, 04 de Julho de 2018

A Deus pelo dom da vida e criação e pela manutenção da fé mesmo diante das dificuldades enfrentadas ao longo dos quatro anos e meio de curso.

À minha família, na figura da minha amada mãe, Maria, meus irmãos Glaucia e Lincom pelo incondicional amor, sustentação, carinho e apoio por toda a minha vida.

À professora Doutora Elaine Neiva e ao grupo de pesquisa INOVARE pelo acolhimento, trabalho e incontáveis contribuições e aprendizados pelos dois anos em que tive o privilégio de o compor.

“Conhece-te a ti mesmo e conhecerás o universo e os deuses.”
Sócrates

RESUMO

Cada vez mais as Competências Empreendedoras têm sido objeto de investigação por pesquisadores que anseiam elucidar aquilo que resume os Empreendedores, tomando consciência e estendendo esses conceitos para diversos fins, como a educação de novos empresários. Não raro às vezes essa exploração vêm acompanhada da aplicação de instrumentos de pesquisa, que representam uma ferramenta útil ao sintetizar proposições teóricas com respostas dadas pelos indivíduos no momento do preenchimento e da autoavaliação de seus comportamentos frente ao que é expresso pelo questionário. Construir um novo instrumento de avaliação das Competências Empreendedoras foi o objetivo desse trabalho, que incidiu sobre um conjunto de cinco fatores (Qualidades Pessoais, Qualidades Sociais, Autonomia de Aprendizado, Criatividade e Estratégia) como resumo daquilo que faz luz sobre o que representa um Empreendedor suas respectivas Competências. Os cinco fatores foram constatados a partir da resposta aos itens por um grupo de alunos potenciais empreendedores e de empresários já estabelecidos no Distrito Federal.

Palavras-Chave: Competências Empreendedoras; Empreendedor; Instrumento de Pesquisa

Sumário

1. INTRODUÇÃO	8
1.1. Contextualização	10
1.2. Formulação do Problema	12
1.3 Objetivos Gerais	15
1.5 JUSTIFICATIVA	15
2. REFERENCIAL TEÓRICO	16
3. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	26
3.1 TIPOLOGIA E DESCRIÇÃO GERAL DOS MÉTODOS DE PESQUISA	27
3.2 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	27
3.3 DESCRIÇÃO DO INSTRUMENTO DE PESQUISA	27
3.4 PROCEDIMENTO DE COLETA E DE ANÁLISE DE DADOS	29
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	30
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
6. REFERÊNCIAS	37
ANEXOS	45

1. INTRODUÇÃO

É impossível pensar nas organizações sem que se leve em conta o contexto sócio-histórico em que ela se encontra em determinada época (Freitas, 2000). Com isso é claro que as organizações são fruto dos construtos e significados dados em valor de sua sociedade e de sua história. Indo mais além, o artigo de Freitas (2000) é categórico em enfatizar que aquilo que melhor define o contexto contemporâneo seja, em uma única palavra, a “complexidade”. É esta complexidade que define o grupo geracional nascido a partir de 1968 e que definiu grande parte dos avanços tecnológicos e sociais que se seguiram desde então.

Mannheim (1982) define as gerações como um conjunto de indivíduos que são primordiais no entendimento do contexto social, histórico e comportamental em um determinado período, qual seja, a sua definição a partir da semelhança em sua data de nascimento. Ora, um fenômeno enxergado a partir da geração X (nascidos entre 1968 a 1979) representando um paradigma excepcional na posto que são definidos, no estudo de Smola e Sutton (2002), como defensores árdus do empreendedorismo e da valorização da atitude de trabalhar para si, “ser seu próprio chefe”. A valorização do trabalho individual é tão marcante neste período que parece se refletir inclusive nas gerações posteriores, como seria a influência sobre a geração Y (1980 a 1991), que como aponta Veloso et al. (2012) são muito menos afetuosos com a hierarquia organizacional (tão marcante no trabalho dentro das organizações públicas e grandes empresas) além de apresentarem grande propensão a contestação em geral.

A tendência das gerações X e Y se estendem inclusive sobre novas práticas incorporadas aos interesses individuais ligados a vida profissional. Estudos como os de Veloso et. al (2008) apontam que além de um sadio relacionamento entre vida pessoal e profissional, estes profissionais ainda buscam o desenvolvimento pessoal e a satisfação de encontrar uma ocupação que se assemelhe às suas próprias características. Vasconcelos et al. (2010) ainda apontam que as gerações mais recentes buscam o interesse no emprego de sua criatividade sobre suas atividades profissionais

paralelamente ao interesse de assumir desafios e acrescentar contribuições para a sociedade. Há, neste sentido, um claro sinal de que a dinâmica social está adquirindo um novo contorno, interligando pessoas dispostas a divulgar boas ações e despertas para uma consciência muito mais atenta aos anseios alheios.

Nesse momento, um grupo bem característico de indivíduos, já tão massivamente estudados na área econômica, ganha um notável papel de destaque: os empreendedores. Reconhecidos por sua importância na configuração de estruturas sociais em torno de atitudes que mobilizem esforços orientados, os empreendedores tornam-se elementos fundamentais no processo de disseminar conceitos e atitudes voltadas ao atendimento de demandas coletivas e causas ainda sem soluções definitivas. De fato o estudo de Martes (2010) aponta para um comportamento empreendedor que qualifica estes profissionais como pessoas que estão “vendo o mundo de um outro jeito”, e por isto mesmo estão evitando a construção institucional de suas atividades, fugindo dos aspectos ligados ao poder e dominação dentro de um empreendimento comum. Sua maneira diferenciada de pensar e agir sobre o contexto social o qualifica como um agente disposto a estabelecer vínculos não apenas burocráticos, como os de empregador e empregado, mas também como construtor de grupos de indivíduos que atuem em favor de uma causa destacada, não raras vezes ligadas ao atendimento de algum ponto que reside sobre a apreensão de outros indivíduos dentro de uma sociedade.

Diante da turbulenta dinâmica de interação em que a sociedade moderna vive, seria natural se pensar que os empreendedores passam por um processo de transformação que acompanhe o andamento natural das mudanças enxergadas no interior dos contextos sociais e históricos. Aquilo que definiu o antigo Empreendedor pode ter passado por mutações profundas em sua definição tanto quanto pode ter apenas se mantido ainda mais abrangente com o tempo.

As características, ou melhor dizendo, as Competências de um Empreendedor são fator determinante na definição de um sujeito que se empenha na tarefa de transformar o curso das suas ideias em soluções práticas e aplicáveis. O presente trabalho se propõe a investigar as Competências Empreendedoras enxergadas nos jovens estudantes de empreendedorismo, bem como em empresários que já atuam no

mercado do DF, apontando para a interpretação de suas qualidades. Para isto serão buscados indícios de validade de um instrumento de pesquisa que avalie os fatores que associam o comportamento enxergado em cada ator da pesquisa com sua respectiva expectativa segundo se define como o Comportamento Empreendedor.

1.1. Contextualização

Em 2016, 36% dos brasileiros de 18 a 64 anos estavam envolvidos com atividades empreendedoras, fosse no estágio de criação de uma empresa, até a gestão de um negócio estável (Greco et al. 2016). Os dados pertencem ao relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) publicados em 2017. O documento ainda é mais categórico e afirma que 19,6 % dos empreendedores brasileiros estão em um estágio Inicial (contando com não mais do que 42 meses de abertura do negócio). Os empreendedores em estágio Inicial, que ganham a sigla “TEA” na publicação do GEM, apresentam queda em relação ao nível enxergado em 2015, quando o país tinha 21% de novos empreendedores. Já as taxas de empreendedores estabelecidos, “TEE”, que são representados por negócios com mais de três anos de existência, representam uma fatia de 16,9% do total de empreendedores nacionais no ano de 2016, indicando uma queda em relação ao nível anterior de 18,9% em 2015. É, contudo, interessante notar que o maior nível de TTE (Taxa de Empreendedorismo Total) na série histórica que é traçada pelo estudo GEM de 2002 a 2016, encontra seu maior nível no ano de 2015, em que alcança o patamar de 39%, paralela a uma queda do PIB nacional, a partir de 2010, e um aumento no nível de desempregados e desocupados, desde 2014. Tudo isso tem sido acompanhado por um aumento na categoria de empreendedorismo por Necessidade, que em 2016 representava mais de 11 milhões de brasileiros, ou 42,4% do total do TEA (GEM Brasil, 2016). Interpretações para o aumento de Empreendedores iniciais passam por estudos como os de Carrer et al. 2010, que afirmam que políticas de incentivo como o MEI (Micro Empreendedor Individual) na diminuição do trâmite burocrático na abertura do negócio, bem como o aumento do nível de escolaridade, além de uma preferência cultural pela atitude empreendedora tem sido características que impulsionam os novos empresários. Entretanto, como sugere o documento da Global

Entrepreneurship, a modalidade de Empreendedorismo por Necessidade, concomitante ao aumento do TEA, estão ligados às dificuldades econômicas em que o Brasil tem passado nos últimos anos.

Do número dos novatos dos empreendimentos, as mulheres já são maioria na abertura de novos negócios, alcançando um índice de 51,5% do total dos novos negócios em 2016 (GEM Brasil, 2016). Todavia, ainda são minoria (42,7%) dos empresários com negócios estabelecidos, o que parece indicar, segundo a opinião das próprias empreendedoras, uma dificuldade e forte pressão para negação de financiamento; atitudes preconceituosas, e por fim uma incapacidade de conciliação de tarefas do negócio e da família (Alperstedt et al. 2016). O número de Empreendedores Iniciais (TEA) ainda parece guardar muitas curiosidades, como a presença majoritária de pessoas entre 25 a 44 anos (53,2%); 46,4% de indivíduos com escolaridade indicando a conclusão do Ensino Médio e Ensino Superior Incompleto (eventualmente em curso); Renda com mais de 1 alcançando até 3 salários mínimos (57,3%) e com um montante de 41,7% dos indivíduos que possuem estado civil de casados.

Apenas 13,4% do Total de Empreendedores (TTE) buscaram apoio em órgãos de auxílio a atividade empreendedora no Brasil em 2016 (GEM Brasil, 2016). Um fator preocupante, visto que o setor que mais tem atraído novos negócios no país tem sido a área de Serviços Orientados para o Consumidor (que apesar do baixo nível de capital inicial necessário para se empreender, ainda necessita de orientação e treinamento), com 69% do total de novos negócios no ano de dois mil e dezesseis, bem longe da segunda colocada Indústria de Transformação com 24% do total. Já o número de TEE parece estar mais próximo de uma equiparação visto as porcentagens de 51,4% no setor de Serviços Orientados para o Consumidor contra 42% de organizações que mantêm suas atividades no setor de Indústrias de Transformação. Isso tudo é paralelo a um decréscimo no número de Serviços Orientados para os Negócios, as consultorias, que chegam a 33% do TEA nos EUA frente ao nível de apenas 5% no Brasil. Com dados que mostram porcentagens de 60,9% no TEA como resposta à ausência de procura por órgãos de apoio por falta de Conhecimento e/ou informação, o empresariado brasileiro ainda é pouco assistido no período crucial para estabelecimento de seus empreendimentos. Ainda é alarmante a declaração de especialistas que destacam em

suas falas as dificuldades que limitam tanto a abertura quanto a manutenção de novos negócios, que no Brasil, em 2016, alcançam a assustadora margem de 77,4% de entraves oriundos de Políticas Governamentais, ao lado de Apoio Financeiro e ações de Educação e Capacitação, ambos com 31,2% dos motivos que prejudicam os novos empreendedores (GEM Brasil 2016). Sem o auxílio necessário e com pouca orientação sobre os negócios o empresário brasileiro é constantemente acometido com fatores que mais o favorecem a desistir de seus negócios do que continuar com sua empreitada comercial, tendo em vista que a educação corporativa e os órgãos que amparam a atividade empresarial são escassos, e quando não o são, sua percepção por parte dos empreendedores é dificultosa e por vezes desconhecida. Aquilo que realmente define o empreendedor no Brasil continua sendo objeto de uma investigação inconclusiva, uma que vez que a falta consistente de uma formalização da atividade, do emprego de conhecimento técnico e mais ainda de políticas de incentivo a atividade empreendedora são ignoradas pelas federações e pelo governo federal. Enquanto países desenvolvidos exploram a capacidade dos empreendedores em remodelar os mercados consolidados da antiga economia de capitais, o Brasil segue ignorando a capacidade de sua força de trabalho empreendedora, lançando olhar apenas ao grande empresário e as indústrias que quase nada contribuem para a geração de inovações e de riquezas a longo prazo.

1.2. Formulação do Problema

O incentivo necessário a Ação Empreendedora movimentou o Empreendedorismo. É mais que certo que a mobilização das Competências Empreendedoras geram resultados benéficos para a criação de uma cultura de Empreendedorismo (Shane, 2012; Caetano et al. 2012). Assim torna-se mais necessário penetrar sobre o conjunto de atribuições que instituem o Empreendedor. Para Drucker (2002) o empreendedor não só cria coisas novas e diferentes, como também parece ser capaz de transfigurar as formas de valor dentro de um certo contexto. Drucker (2002) ainda vai adiante e assume que longe de ser um traço de personalidade, o empreendedor deve ser tomado como um indivíduo que possua uma fonte comportamental como justificativa de sua atitude,

discernindo, dessa maneira, suas conclusões de uma mera intuição para construtos baseados na teoria e conceitos.

É nesse sentido que os esforços no entendimento do conjunto de competências que exemplificam o comportamento de um empreendedor são necessários para a construção de mecanismos que os auxiliem rumo ao sucesso de seus negócios e de si próprios. Aliás a ideia entre o aspecto comportamental em oposição aos traços de personalidade são ponto comum dentro das pesquisas em psicologia de maneira geral, que não apenas no caso dos empreendedores. Os estudos de Thorndike (1903) já afirmavam a incapacidade do conceito de Traços de Personalidade sobre a influência Comportamental, referindo-se ao entendimento que fazia menção aos traços como promotores de uma atitude que definia o comportamento como algo consistente, quando na existência de um número de influências de personalidade sobre a atitude do indivíduo, que na verdade mostrou-se falho na medida em que as pessoas parecem agir muito mais em função de hábitos e a resposta a estímulos do que necessariamente a obediência do que definiria sua personalidade. Mischel (1969) ainda adiciona a ideia de que a natureza dos indivíduos parece carregar uma semelhança com a inconsistência de seu comportamento, variando a resposta a diferentes estímulos, em contraposição ao defendido nas ideias de Traços de Personalidade no tocante ao que a teoria afirma a respeito de características imutáveis diante das situações enfrentadas no dia a dia pelos indivíduos.

Amorós e Bosma (2014) apontam que destrinchar o “empreendedorismo” pode impactar de maneira positiva sobre sua expansão, incentivo e acima de tudo pode influenciar decisivamente sobre o estabelecimento e sobrevivência dos negócios dos indivíduos que se colocam na atividade comercial/ empreendedora. Todavia adentrar no conceito de empreendedorismo recorre em enfrentar o clássico dilema de definição do que de fato representa este agente. Dolabela (1999) advoga que parte do que define os empreendedores esteja no estudo das suas Características, ou seja, aquilo que define de fato o seu fazer, com este conceito assumindo variações de acordo com o número e natureza das atividades enfrentadas e executadas por esse grupo de indivíduos. Além do mais as Características Empreendedoras podem ser desenvolvidas ou até mesmo aprendidas. Dolabela (1999) dá continuidade ao conceito de Empreendedorismo

assumindo a existência do Perfil Empreendedor que se refere ao conjunto de ações, comportamentos e atitudes que tem como único fim o sucesso de um empreendimento e/ou do indivíduo que está a sua frente. A marca deste perfil é tão forte que orienta a ação e atitude dos empreendedores iniciantes que mantêm sua expectativa alinhada ao bojo de atitudes dos empreendedores de sucesso. Paralelo aos conceitos de Perfil, Características e Atitudes Empreendedoras há aquilo que se define como Competências Empreendedoras, quais sejam as Competências definidas por Brophy e Kiely (2002) como as habilidades, comportamentos, atitudes e conhecimentos ligados ao correto exercício de uma função, de maneira efetiva, avançando para o campo do empreendedorismo, onde as Competências Empreendedoras assumem, segundo Ahmad et al. (2010), a definição de características fundamentais para estabelecimento e crescimento de um negócio, ampliando muito mais os conceitos anteriores e abarcando um número maior de descrições do fenômeno do empreendedorismo. Portanto, com o entendimento mais claro sobre aquilo que define um Empreendedor e o que fazer em sentido de o amparar, que o ciclo definido por Shane (2012) - reconhecimento de uma oportunidade por parte de um indivíduo que possua características empreendedoras e que haja em função de mobilizar recursos para transformar as oportunidades em resultados procurados - pode contribuir de fato para um maior número de empreendedores consolidados.

Resta ao entendimento da questão do empreendedorismo a dúvida sobre o que de fato são as Competências Empreendedoras e o que as definem frente ao número quase ilimitado de agentes que empreendem, em uma infinidade de áreas, setores e locais, e como estas se manifestam, em específico, sobre os empreendedores brasileiros, em idade produtiva, configurando sua ação comportamental diante de um conjunto de fatores que corroboram para um entendimento da sua conduta como um Empreendedor. Para além disso, há divergências entre aquilo que é entendido como uma Competência necessária a um empreendedor e sua ausência em pessoas que não só tenham o interesse em empreender bem como já o fazem e enfrentam um certo nível de dificuldade? Esclarecendo dúvidas tão básicas sobre a atividade empreendedora há uma expectativa de respostas que convirjam parte do conteúdo que já é discutido na literatura, bem como novas contribuições que expressem no cenário brasileiro um

conjunto de comportamentos peculiares e diversos a ação geral enxergada no exterior.

1.3 Objetivos Gerais

Como uma pesquisa de cunho exploratório e que visa construir um instrumento de mensuração das Competências Empreendedoras, este trabalho foi orientado em sentido a buscar indícios de validação de um novo instrumento que uma vez respaldado sobre os conceitos enxergados na literatura, pudesse refletir competências essenciais para o sucesso e estabelecimento de empreendedores em um contexto como o é o do Distrito Federal e a da realidade brasileira.

1.4 Objetivos Específicos

- Construir itens, a partir de entrevistas semi-estruturadas, de um instrumento para avaliar competências empreendedoras;
- Submeter o instrumento elaborado a um grupo de estudantes e empreendedores para fins de avaliação quanto ao seu entendimento semântico;
- Submeter o instrumento elaborado a juízes para aferir indícios de validade do instrumento;
- Analisar, com o auxílio de ferramentas estatísticas (análise fatorial exploratória) os indícios de validade e confiabilidade do instrumento junto às respostas aos itens.

1.5 JUSTIFICATIVA

O correto entendimento das competências e características de um empreendedor podem viabilizar um conjunto de usos ilimitado para os conceitos descobertos no âmbito da pesquisa, inclusive no que tange a precária educação empreendedora do país. Xavier

et al (2013) destaca que grande parte da educação superior do Brasil não lança olhar sobre a atividade Empreendedora, amparando-se, pelo contrário, em aspectos muito mais concentrados na formação de indivíduos que são especialmente treinados para serem futuros colaboradores de uma organização já existente. Incentivos ao pensamento Criativo e Estratégico dão lugar, por vezes, a programas de treinamento em funções de assessoramento aos órgãos tradicionalmente estabelecidos, quais sejam, as grandes organizações e os órgãos públicos. Mesmo a gestão das pequenas empresas parece ter um papel reduzido ou até mesmo ignorado. Explorar o conjunto de competências, habilidades e atitudes dos empreendedores se faz necessário na medida em que o grupo de empreendedores, que representam uma fatia significativa da força de trabalho, continua crescendo e gerando resultados. Qualquer atitude em sentido de contribuir para o entendimento da configuração desse grupo pode ser de grande valia para futuras intervenções benéficas sobre a categoria, inclusive sobre o incentivo de novos negócios e na contribuição para o entendimento daquilo que se enxerga como deficiente na atitude dos empreendedores, gerando dificuldades na gestão de seus negócios e elevando as taxas de mortalidade de empreendimentos. Entender os empreendedores é, em última análise, encontrar artifícios para os auxiliar em sua difícil tarefa em manter um negócio onde quase tudo parece cooperar para o fechamento das portas do empreendimento.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O empreendedor revela-se como um articulador de recursos, que combinados, apontam para a sustentação e sobrevivência de uma inovação, aplicada a um contexto específico de identificação de oportunidades de negócios em meio a um ambiente incerto (Amit et al, 1993). Também estão no bojo do conjunto de funções de um empreendedor a abertura a correr riscos, a iniciativa, a persuasão e o networking (Garzón, 2009). O empreendedor ainda pode ser enxergado como uma pessoa criativa que atua em sentido a promover um projeto que tanto gere benefícios econômicos, sendo um fator que viabiliza a sobrevivência de um empreendimento; como também que gere benefícios sociais que impactem ele e a comunidade de maneira geral (Brancher et al, 2012).

Contudo, lançar mão sobre o conceito que define o Empreendedor se faz necessário na medida em que os papéis deste agente se tornaram objeto de um número crescente de investigações científicas, ao passo que sua dinâmica de atuação no mercado também passou por modificações. Em primeiro lugar é importante que se destaque que as pesquisas sobre Empreendedorismo caminham sobre duas bases de busca, quais sejam: 1. Foco no Indivíduo, com a análise de sua intenção e capacidade empreendedora; 2. Foco no Ambiente, que define uma linha que mostra as influências de variáveis como o mercado, o governo e outros elementos sociais do meio em que o indivíduo está inserido, impactando sua iniciativa para empreender (Liao & Welsch, 2005). A evolução dos estudos sobre o indivíduo parece encontrar um ponto de partida no conceito clássico cunhado por Schumpeter em 1961. Na visão do autor, o empreendedor deveria ser um ator que lançaria as bases para uma disrupção do sistema vigente, colaborando para o estabelecimento de um novo equilíbrio econômico, marcado pela introdução de inovações instaladas pelo próprio empreendedor no sistema de mercado, como expressa a sua definição de empreendedorismo a seguir:

[...] a função do empreendedor é reformar ou revolucionar o sistema de produção através do uso de uma invenção ou, de maneira mais geral, de uma nova possibilidade tecnológica para a produção de uma nova mercadoria ou para a fabricação de uma antiga em forma moderna, por meio da abertura de novas fontes de suprimento de materiais, novos canais de distribuição, reorganização da indústria, e assim por diante. (SCHUMPETER, 1961, p. 166).

Conceitos como os de Schumpeter destacam a relevância do empreendedor de maneira decisiva sobre a promoção da inovação no contexto mercadológico. Suas contribuições no sentido da função do empreendedor constando atividades como a criação, comercialização ou produção de um bem ou serviço são notáveis e necessárias para o correto entendimento do número de características que definem um indivíduo como empreendedor.

Posteriormente uma nova perspectiva dos estudos sobre o Empreendedor alcançaram um nível de análise voltada ao entendimento das motivações pessoais do indivíduo para se empreender. O expoente dessa corrente conhecida como Comportamentalismo é o psicólogo norte-americano David McClelland. Para o autor há uma relação natural entre o desejo de realização social, ou algum tipo de superação pessoal e de destaque dentro da sociedade, e o desenvolvimento econômico no local de atuação do empreendedor (McClelland, 1972). Para tanto os empreendedores foram tomados como uma parcela da população que detinha, no interior de sua personalidade, uma abertura para correr riscos calculados, aparentando ter uma postura de iniciativa enérgica e um desejo tão latente de reconhecimento que sua atuação seria o pilar de uma transformação contínua dos mercados, resultando em seu crescimento e na prosperidade não só do ambiente de negócios do empresário, como também da sociedade circundante. Ainda há as motivações comportamentais que expressariam a atitude de transformação de ideias em soluções práticas e viáveis a partir do estímulo de um sem número de características que pesariam sobre o indivíduo em reflexo do apoio social e ambiental dentro da sua localidade de atuação (McClelland, 1972). Finalmente o autor pontua dentro do conceito acerca do perfil empreendedor aquilo que ficou conhecido como Características Comportamentais dos Empreendedores (CCEs), separadas em três categorias com dez fatores ao total. São elas:

Características Comportamentais Empreendedoras (CCE'S)	
Categoria: Desejo de Realização	
Busca de oportunidades e iniciativa	O indivíduo faz as coisas antes de ter sido solicitado, ou antes de ser forçado pelas circunstâncias; expande os negócios para novas áreas de atuação; aproveita realmente as oportunidades que surgem.
Persistência	Enfrenta os desafios das mais variadas formas e quantas vezes forem necessárias para superar os obstáculos.
Exigência de qualidade e eficiência	Procura novas formas de fazer melhor as coisas, de fazer mais rápido ou mais barato; faz as coisas de forma que supere os padrões de excelência; assegura que o seu trabalho será feito no tempo e com a qualidade combinada.
Independência e autoconfiança	Busca autonomia sobre normas e controles de outros; mesmo diante de resultados adversos mantém seu ponto de vista; demonstra confiança de sua própria capacidade.
Categoria: Planejamento e Resolução de Problemas	
Correr riscos calculados	Avalia e discute as alternativas; procura manter sempre o controle da situação para reduzir os riscos; se envolve em situações de riscos moderados.
Estabelecimentos de metas	Os objetivos e metas são desafiantes e têm um significado pessoal; as metas são claras, objetivas e definidas a longo prazo; as metas de curto prazo são mensuráveis.
Busca de informações	Procura pessoalmente todas as informações possíveis sobre o ambiente em que está inserido; busca auxílio de especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Divide as tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; está sempre revisando os seus planos, observando as diversas variáveis que possam influenciar; faz uso de registros financeiros para a tomada de decisões.
Categoria: Influência (Capacidade de Relacionar com Pessoas)	
Persuasão e rede de contatos	Discute estratégias antecipadamente para influenciar e persuadir os outros; utiliza-se de pessoas-chave para atingir os próprios objetivos; está sempre desenvolvendo e mantendo relações comerciais.
Comprometimento	Sacrifica-se e faz qualquer esforço para completar uma tarefa; está sempre colaborando com os empregados para que o trabalho seja terminado; faz qualquer coisa para manter o cliente.

Fonte:McClelland (1972), apud Oliveira et al. (2013).

As Características levantadas por McClelland são tão determinantes nos estudos de Empreendedorismo que foram objeto de apreciação na formulação do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), no tocante a educação de futuros empreendedores pelo mundo, inclusive dos programas educacionais desenvolvidos pelo SEBRAE (Dias et al. 2008). As iniciativas de educação se propõem ao desenvolvimento dessas categóricas na tentativa de fomentar a atividade empreendedora e o estímulo dos comportamentos por parte dos empresários. A aprendizagem empreendedora pode ser influenciada pelo treinamento formal e adequada das características empreendedoras e pelas habilidades de gestão (Leiva et al. 2014). Entretanto é interessante perceber que alguns dos maiores programas de monitoramento da atividade empreendedora no mundo, como o é o Relatório GEM, não leva em conta o conjunto de características que supostamente dão sustentação ao comportamento do empreendedor, classificando o empreendedorismo como sendo: "(...) qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas" (p. 215).

Em avanço as proposições das características que compõe o empreendedor Man & Lau (2000) promoveram estudos que destacam um conjunto de competências como

os conhecimentos, habilidades e detalhes da personalidade do empreendedor indo de encontro direto com fatores como educação, experiências anteriores e até mesmo princípios familiares na formação do indivíduo como dono de um negócio. Das investigações propostas nasceram um conjunto de seis dimensões das competências, quais sejam: 1. Oportunidade (busca constante por novas oportunidades de negócio); 2. Relacionamento (construir uma rede de apoio, esforçando-se para mantê-la); 3. Conceituais (apanhado de habilidades que se espelham no comportamento quando na atividade empreendedora); 4. Organização (mobilização de recursos diversos); 5. Estratégica (pensar analiticamente, planejando, monitorando e implementando estratégias no negócio); 6. Comprometimento (persistência diante das dificuldades e para relacionar-se com o empreendimento). O modelo desses autores influenciou sobremaneira os estudos sobre Competências Empreendedoras no Brasil, como reflete os estudos de Honma & Teixeira (2011); Zampier & Takahashi (2014) e Mello, Fonsêca e Júnior (2007).

Outros resultados empíricos da investigação das seis dimensões destacadas revelou que, tomando as devidas limitações contextuais e de momento, as maiores dificuldades enfrentadas internamente por empreendedores são enxergadas nas dimensões de Relacionamento e na ausência de conhecimentos de gestão e estratégia, bem como um componente novo, qual seja o Emocional, que relata dificuldades em assumir riscos e da incapacidade pessoal no enfrentamento do stress (Sesen & Pruett, 2014).

As atuais conceituações de Empreendedorismo e do papel do Empreendedor cobrem não só das habilidades individuais como também buscam correlacionar a atuação do ator sobre o seu ambiente e vice versa. São exemplos a conceituação de “Empreendedor” de Rodrigues et al. (2010) que resumia esse agente como um identificador de oportunidades de negócios que resumiam um determinado contexto, que seria um tipo de exercício da criatividade. Finalmente a definição proveniente do Sebrae conceitua o termo referindo-se dessa maneira:

o indivíduo que possui ou busca desenvolver uma atitude de inquietação, ousadia, e proatividade no envolvimento com o mundo, condicionada por características pessoais, pela cultura e pelo ambiente, que favorece a interferência criativa e realizadora, buscando no envolvimento, ganhos econômicos e sociais. (FUZETTI, 2015. Pg 66).

De fato com o atual cenário de crise econômica e de instabilidades nos mercados, a figura do empreendedor ressurgiu como a de um promotor essencial da inovação e do crescimento econômico dentro das sociedades (Carlsson et al., 2009), ao passo que ganham funções cada vez mais voltadas a reinvenção, como o são as técnicas de reengenharia de processos e identificação de novas oportunidades impensadas nos mercados (Audretsch, 2002).

Paralelamente ao estudo das características que destacam um indivíduo os estudos referentes às competências ganharam notoriedade na medida em que passaram a representar, de maneira mais consistente, aquilo que necessariamente ligava a pessoa a sua atividade. Afirmações como as de Brophy e Kiely (2002) indicam que as competências são o conjunto de habilidades, comportamentos, conhecimentos e atitudes necessários para a correta execução de uma atividade. Murray (2003) vai além e incorpora ao conceito o emprego dos atributos dos conhecimentos, habilidades e atitudes a obediência não só das tarefas do trabalho como também em sentido a evoluir junto e com a organização em que se emprega seus atributos.

Dois escolas de pensamento sobre Competências ganharam destaque nas discussões, quais sejam o pensamento Norte Americano: associando o emprego do conjunto de Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHAs) ao correto exercício de determinadas funções, obedecendo uma relação de conhecimento e aplicabilidade (qualificação); e o pensamento Francês: mais fluída, e que requer um olhar sobre o indivíduo de maneira ampla, correlacionando o processo de aprendizagem de toda sua trajetória de vida sobre a resolução e enfrentamento de demandas no interior das organizações. (Boyatzis, 1982; Le Boterf, 2003; Oderich, 2005). Há ainda uma terceira frente de discussões que vêm se empenhando para unir as duas definições anteriores, considerando as Competências como sendo a união das características do indivíduo às diferentes demandas de trabalho (Brandão & Borges-Andrade, 2007).

Assim entendidos os conceitos de Competência e de Empreendedorismo é necessário que se pense que as Competências Empreendedoras se referem ao sustentáculo do desempenho de um empreendedor que utiliza seu arcabouço de conhecimentos, habilidades e atitudes em favor de seu empreendimento (quando

construído) ou de suas ideias (antes da implementação) (Bird, 1988; Man, 2001). Dessa maneira a observação focada na ação que define um indivíduo como empreendedor poderia ser resumida na visão de Antonello (2005) destaca competências como a exploração de uma visão e estratégias particulares de um indivíduo sobre um determinado local, favorecendo a criação de um valor que pode ser revertido em benefícios para uma sociedade. Sua colocação ainda avança sobre o sucesso de um empreendedor se referindo ao desenvolvimento das competências de flexibilidade, criatividade e capacidade de lidar com a incerteza, que devem estar inseridas no comportamento desse ator (Borba et al., 2011; Souza, 2005). É desta maneira que o construto de fatores comportamentais de um indivíduo favorecem uma adequação de sua individualidade com o exercício de sua atividade como empreendedor.

Indo mais a fundo no que se refere ao protagonismo do conceito das CEs dentro das pesquisas de empreendedorismo a argumentação de Le Boterf (2003) enfatiza que a correta assimilação daquilo que seria necessário para ter sucesso em um empreendimento, ou seja o desenvolvimento das competências empreendedoras, está intimamente ligada à aprendizagem de vida, escolar e de trabalho de um empreendedor. Por tanto a discussão que se segue na literatura faz menção ao desenvolvimento de tais habilidades e seus prováveis impactos sobre o Potencial Empreendedor, o Comportamento Empreendedor e por fim as Competências Empreendedoras.

Outro ponto de vista sobre as CEs converge com a concepção levantada por Ahmad et al. 2010 que as conceitua a partir de um objetivo finalístico que se resume a criação, crescimento e manutenção de um empreendimento pelo número associado de características pessoais, quais sejam: conhecimento específico e genérico; papéis sociais; motivos; traços; auto-imagem e habilidades, que são empregadas para sobrevivência de um negócio. Aqui as CEs ganham um panorama de mobilização em função do estabelecimento de uma empresa, desencadeando comportamentos observáveis, agrupados, pelos pesquisadores, em oito categorias de competências comportamentais que amparam o conceito de CE no trabalho, que são resumidas em: estratégicas; de oportunidade; de aprendizagem; conceituais; relacionais; pessoais; éticas e de familiaridade.

Não obstante, seguindo uma argumentação semelhante, Santos Caetano e Curral

(2014) dão margem ao conceito de Potencial Empreendedor como uma característica ou mesmo um número de habilidades que podem ser desenvolvidas, por diversos meios, a fim de que beneficie a atividade do empreendedor, não se limitando apenas a indivíduos que obtiveram sucesso em seus negócios. Dessa forma quatro dimensões de análise são levantadas: 1. motivações empreendedoras (desejo de independência; motivação econômica; autoeficácia empreendedora); 2. competências psicológicas (capacidade de inovação; inteligência emocional; resiliência); 3. competências sociais (capacidade de comunicação e persuasão; capacidade de desenvolvimento de redes); e 4. competências de gestão (visão; capacidade de mobilização de recursos; capacidade de liderança).

Também é pontuado no conjunto das características de um empreendedor a presença da Auto-Eficácia que se resume ao estabelecimento de crenças pessoais sobre a capacidade de realização e alcance das próprias metas e das metas do negócio, conferindo uma carga de confiança na atitude individual do empreendedor. (Santos, Caetano e Curral, 2010). Salanova (2001) complementa o pensamento sobre auto-eficácia se referindo ao termo como uma síntese da satisfação, persistência e dedicação perante um número de atitudes tomadas e ações concluídas. Cabe, entretanto, na discussão dos conceitos de auto-eficácia uma interpretação dada por Chell (2008) ao se referir às potencialidades de um empreendedor a partir de seus traços de personalidade expressos após a combinação de condições sociais/contextuais favoráveis ao florescimento de suas atitudes no comando de uma empresa (um construto de natureza sociológica). Assim sendo o empreendedor passa a ser um agente altamente influenciado por seu contexto Socioeconômico, que oferece regras sociais, normas e até mesmo atua na mobilização do interesse governamental na criação de políticas que atuem em favor do fomento de comportamentos que impactam a personalidade do empreendedor, despertando uma atitude que favoreça uma crença pessoal para a mobilização, manutenção e na expectativa de prosperar a frente de um empreendimento, funcionando como um motor da inovação. A capacidade de creditar as próprias ideias como boas, e o interesse em torná-las em realidade, são um fruto da expressão da auto-eficácia no que se refere ao enfrentamento das dificuldades presentes na decisão de abrir um estabelecimento.

Adiante Filion (2000), em seu estudo sobre empreendedores bem sucedidos,

destaca uma série de características curiosas sobre estes indivíduos, como por exemplo: um modelo de um empreendedor com quem se travou contato durante a juventude, numa experiência de troca de informações e valores; construção e constatação de redes de pessoas em seus trabalhos, de maneira moderada; sistema particular para relacionar-se com os funcionários; manipulação e controle dos comportamentos das pessoas mais próximas. Todos esses sinais da dinâmica comportamental dos empreendedores parecem dar destaque ao seu papel marcante como um ator social que tanto mobiliza como é parte de um coletivo necessário para seu sucesso e de sua companhia. A competência de Construir Redes e de interagir com ela é apelidada de Capital Social em algumas pesquisas sobre o tema. De acordo com Nahapiet e Ghoshal (1998) o Capital Social é a interação de recursos pré-existentes e futuros que são acionados a partir da mobilização de uma rede ou de uma unidade social. Por quanto, três dimensões são postas no sentido de explicação dos termos, sendo: Dimensão Estrutural que se ocupa com a explicação dos tipos de ligações no interior de uma rede; Dimensão Relacional que explica a qualidade e manutenção dos laços de interação entre indivíduos numa rede, dependendo da reciprocidade e frequência dos relacionamentos (em geral); Dimensão Cognitiva que dá cabo de uma série de fenômenos intangíveis do relacionamento coletivo, sendo os símbolos, linguagens e conhecimentos que residem no interior de um grupo de relacionamento. Ademais os empreendedores parecem entender as relações e dinâmicas de suas redes de contato, pois seu entendimento e participação são fundamentais para a sustentação e prolongamento de vida do negócio.

Outra marca das Competências Empreendedoras parece residir na postura mais natural desses agentes, que se resume nas ações de Proatividade e de Aproveitamento de Oportunidades. De fato estudos como os de Carton et al. (1998) definiam o Empreendedor, sobre a síntese de suas competências, como um ator que encontra uma oportunidade, mobiliza os recursos necessários a sua exploração e finalmente cria e se responsabiliza pelo crescimento e manutenção de um negócio. É ponto comum nos estudos sobre Empreendedorismo um conjunto de tópicos que gira em torno da definição da atitude desse indivíduo diante das oportunidades, representando-o como um eterno explorador do mercado na tentativa de encontrar brechas que facilitem a inclusão de novas formas de produzir ou comercializar algo (Mintzberg et al. 2000).

Dornelas (2001) expande a discussão das características de exploração de um empreendedor e acrescenta que é certo que esses atores tenham paixão por suas atividades, capacidade de modificar realidades sociais e econômicas de determinada região além da criatividade voltada a adaptação de seus recursos as demandas insurgentes. Aliás a criatividade tem sido alvo de uma série de estudos que apontam para os empreendedores como um grupo de pessoas com capacidade de abstração elevada e com constante emprego de soluções pessoais a problemas que enfrentam no dia a dia com outras pessoas. Todd Lubart (2007) define a criatividade como sendo a potencialidade de um indivíduo em criar algo que seja simultaneamente novo e que esteja ligado ao contexto pessoal do criador. Dualib e Simonsen (1990) relacionaram o trabalho e a criatividade, constatando que no ambiente profissional há duas grandes modalidades que se relacionam ora com o aparato individual, que se resume nos aspectos da personalidade e da trajetória de aprendizagem individual; e o uso de técnicas aprendidas especificamente para resolução de determinados problemas no interior da prática organizacional. Por fim Vigotsky (2003) acrescenta que há uma relação forte entre a capacidade de criação imaginativa e a experiência acumulada pelo indivíduo, fazendo relação direta entre a imaginação e a bagagem de vida de uma pessoa, sendo um o produto do outro, e seu mediador para o sucesso das boas ideias. O Empreendedor se faz criativo, então, não só do emprego de sua experiência de vida no negócio, mas o faz ainda na criação de respostas a problemas não solucionados ou mesmo nos campos intensamente explorados, mas com um olhar diferenciado sobre a mesma situação.

Um último tópico na discussão das CEs é importante ao abordar a atitude e comportamentos estratégicos de um empreendedor em relação a sua empresa.

Definida por Dess et al. (2007) a estratégia dentro do contexto de gestão empresarial se qualifica a partir da mobilização dos recursos internos do empreendimento, aliados às competências e experiências dos colaboradores, no enfrentamento do ambiente externo, garantindo uma ação objetiva e sistematizada do emprego das decisões. Mintzberg e Quinn (2001) avançam ainda mais nesse assunto e abordam uma série de aspectos comportamentais que residem no interior das competências empreendedoras no que se refere ao foco das atitudes estratégicas,

definindo quatro dimensões da Estratégia em empreendedores, que em resumo seriam:

- a) Criação de Estratégias voltadas à exploração de novas oportunidades que possam surgir no ambiente de mercado;
- b) Centralidade de Poder no executivo/ empreendedor, qualquer que seja sua forma de poder exercida (pessoal, de liderança ou carismática);
- c) Geração de Estratégias de longo prazo, analisando situações de incerteza em que a empresa possa vir a ter sucesso na sondagem de expectativas futuras de períodos relativamente distantes;
- d) Crescimento da empresa como fator mais do que determinante na definição geral das atitudes tomadas no interior do empreendimento.

Portanto a postura estratégica do comportamento do empreendedor, ou melhor dizendo, sua ação de Gestão Estratégica deve ter por fim a criação e manutenção de vantagens competitivas, ou até mesmo a busca por este elemento dentro do cenário econômico (Bowman et al. 2002).

Tendo em vista a definição e discussão de um pequeno recorte da infinidade de conceitos que compõe o bojo das Competências Empreendedoras, a pesquisa documentada neste trabalho irá se guiar sobre a égide dos fenômenos da Auto-Eficácia, da Construção e Manutenção de Redes Sociais, da atitude de Aproveitamento de Oportunidades, da Criatividade e da Gestão e Competências Estratégicas como sendo o grupo escolhido para representar o sem número de características de um empreendedor.

3. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Nesse parte do trabalho serão exemplificados os processos de construção do instrumento de pesquisa, bem como todos os detalhes de amostra e etapas de

preparação pela busca por indícios de validade da composição do instrumento.

3.1 TIPOLOGIA E DESCRIÇÃO GERAL DOS MÉTODOS DE PESQUISA

Em termos da categoria e tipo da pesquisa desenvolvida no decorrer do trabalho optou-se pela Análise Fatorial dos itens elaborados e contidos no instrumento, qualificando a investigação como Instrumental devido ao fato de se dedicar a construção de um instrumento para a pesquisa em organizações (CRESWELL, 2007).

A pesquisa ainda denota um caráter transversal, por se tratar de um único recorte temporal na coleta de dados. Além disso também se caracteriza por ser uma pesquisa de abordagem quantitativa (CRESWELL, 2007).

3.2 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

O instrumento foi respondido por um total de 188 indivíduos, sendo 161 estudantes de duas instituições de ensino superior de Brasília, alunos de cursos de empreendedorismo, futuros empreendedores, e 27 feirantes da Feira do Guará, respondendo pelo número de empreendedores estabelecidos. Os alunos participantes são componentes de matérias de empreendedorismo dentro dos cursos de Gestão oferecidos em suas faculdades. Já os feirantes são todos empresários cadastrados no MEI ou mesmo em registros de pequena empresa, sendo ofertantes de uma diversidade de produtos elevada que vai de frutas e doces típicos até a venda de itens de pets, animais de estimação e serviços de beleza e estética.

3.3 DESCRIÇÃO DO INSTRUMENTO DE PESQUISA

O primeiro passo na construção do instrumento foi dado por meio da realização

do procedimento de gravação de Entrevistas Semi-Estruturadas, com uma base de quatro perguntas amplas e sem limite de tempo para as respostas, quais sejam:

- *Como foi sua trajetória na construção da empresa ?*
- *Como você se descreve hoje no trabalho ?*
- *O que é ser empreendedor ? Você se considera um empreendedor ?*
- *O que você faz enquanto empreendedor ? Ilustre situações nas quais você foi empreendedor (você ou outra pessoa)*

12 empresários brasileiros fizeram parte dessa etapa, sendo eles pertencentes a vários setores e mercados, como empresas incubadas no Centro de Desenvolvimento Tecnológico (CDT) da Universidade de Brasília; grupos de empresários das regiões da Asa Norte e Asa Sul de Brasília, variando de estabelecimentos como floriculturas, cafés, empresas de comunicação visual e publicitária e lojas de vestuário, sempre seguindo o critério de entrevistar os donos ou sócios proprietários dos negócios. Por problemas técnicos, apenas oito entrevistas foram transcritas. Em seguida as entrevistas foram analisadas com o objetivo de retirar, dentro do discurso dos empreendedores, elementos que definissem uma visão sobre Competências Empreendedoras. Dessa forma, das oito entrevistas analisadas foi possível construir 49 itens que expressavam competências empreendedoras, a partir de um grupo de pontos em comum na fala dos entrevistados.

Pasquali (1999) definiu que passados a primeira parte do levantamento e seleção dos itens, deve-se avançar para uma validação teórica, que compõe o segundo passo, quando a intenção de um instrumento se expressa na condição de sua validade. Então a validação teórica se estrutura em dois processos básicos, sendo a Análise Semântica a fase em que os itens são confrontados pelos respondentes em sentido a sua coerência e entendimento e, posteriormente, a Análise de Juízes, em que o instrumento é avaliado quanto ao alinhamento do que está sendo perguntado com o construto a qual se propõe a responder. Para a Análise Semântica um grupo de 40 alunos de matérias de Empreendedorismo, nos seus respectivos cursos de uma das instituições de ensino superior estudadas, avaliaram os itens segundo sua coerência. A Análise de Juízes foi composta por 4 colaboradores, sendo professores e pesquisadores, que avaliaram os

itens segundo sua representação dos conceitos. Com as duas etapas concluídas o questionário final passou a contar com 43 dos 49 itens inicialmente propostos.

3.4 PROCEDIMENTO DE COLETA E DE ANÁLISE DE DADOS

Para os dois grupos básicos que participaram da amostra foram usadas duas estratégias de coleta diferentes, sendo: para os alunos houve um convite para participação em um momento reservado ao final ou ao início de cada aula, sendo o instrumento aplicado de maneira física, por um período de 4 dias. Para os empreendedores da Feira do Guará, o procedimento foi um pouco diferente. A visita à feira teve um período de 3 dias com um convite feito banca a banca, respeitando as limitações de tempo, atendimento aos clientes e principalmente ao interesse em aderir ou não à pesquisa. Grande parte dos feirantes abordados se negaram a responder por indisponibilidade ou falta de interesse.

Os dados coletados nessa etapa foram inseridos no software Statistical Package for Social Sciences (SPSS) e uma primeira análise sobre as estatísticas descritivas foram efetuadas, de modo que os dados univariados fornecessem parâmetros para retirada dos itens com dados ausentes (ausência de resposta em determinados itens) e a eliminação da multicolinearidade e da singularidade. Para o presente estudo a escolha pela Análise Fatorial Exploratória se justifica através da afirmação de Tabachnick e Fidell (2001) que se referem a essa técnica como sendo uma importante ferramenta de agrupamento e descrição de dados obtidos mediante a correlação de variáveis. A seguir, ainda sobre as recomendações de Pasquali (2001) em seu estudo, os testes de fatorabilidade foram efetuados, analisando-se os determinantes das matrizes de correlação, lançando olhar sobre os valores das correlações, e finalmente testando o índice de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que aponta para as correlações parciais do estudo.

Para iniciar a extração de fatores, a Análise dos Eixos Principais, *Principal Components Analysis*, (PCA), foi concluída para a correta aferição do nível de explicação dos fatores na avaliação geral do instrumento. Nas tabelas numéricas geradas nessa análise os índices Eigenvalues (autovalores) foram analisados juntamente com a Variância Total Explicada, na tabela de *Total Variance Explained*, em que se pode

analisar os valores após a extração dos fatores. Ainda com os valores obtidos nessa etapa teve-se início o processo de Análise Paralela, que segundo Neiva et al. (2008) é um procedimento recomendável para verificar a relevância dos fatores quanto ao seu potencial explicativo. A partir do procedimento de análise paralela, compara-se os autovalores empíricos com autovalores randômicos para estimar o número de fatores a serem extraídos.

Com um número de fatores selecionados para extração dos fatores, seguiu-se a aplicação da ferramenta de Análise de Eixos Principais, *Principal Axis Factoring*, (PAF). Com as matrizes produzidas houve a interpretação dos itens em seus respectivos fatores, em razão de sua carga fatorial. Aliás Pasquali (2001) pontuou que nessa etapa é importante que se tenha ideia de que um item representativo do fator tem sua validade a partir de um bom número verificável junto a sua carga fatorial. Para tanto itens acima de 0,40 de carga fatorial foram objeto de análise. Com tudo isso se pode obter os resultados exibidos no próximo capítulo.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Inicialmente foi possível detectar que a matriz era fatorável, com KMO de 0,836, com 54,93 % das correlações acima de 0,30 e a média de correlações com o valor de 0,32.

Coube no processo de análise dos dados a aplicação do método de *Listwise deletion* para valores sem resposta nos questionário, atingindo um número de quatro questionários excluídos e retirados da amostra, no total. Pasquali (2001) faz menção ao

método de *Listwise* como uma maneira correta de analisar os valores obtidos nas análises estatísticas.

Para extração dos fatores, foram comparados alguns critérios expostos na Tabela 1. De acordo com os resultados, seria possível extrair entre 2 e 11 fatores, mas o critério da análise paralela recomenda a extração de 5 fatores. De acordo com Laros (2007), a análise paralela é o método mais adequado para definir o número de fatores a serem extraídos.

Tabela 1 – Critérios para seleção de Fatores

Critério Fatores	Qtd de
Eigenvalue maior que 1	11
Variância explicada maior que 3%	4
Análise do gráfico Scree Plot	2 a 3
Análise Paralela	5

Fonte: elaborado pelo autor

Optou-se pela consideração da quantidade de fatores apontados na Análise Paralela (5) por essa ser um dos critérios mais importantes quanto ao estabelecimento de uma quantidade de fatores para análise, tendo em vista que até 92% dos casos de extração de fatores são satisfatoriamente respondidos através da análise desse tipo de critério (PUENTE-PALACIOS, 2004).

O tipo de rotação aplicada nas análises posteriores foi a de *Promax with Kaiser Normalization* com a consideração de carga mínima acima de 0,40 na apreciação dos itens. A Tabela 2 sintetiza os dados da Matriz *pattern* com as respectivas cargas de cada item em relação aos seus fatores, além dos valores das Comunalidades (h^2).

Tabela 2 – Cargas Fatoriais e Comunalidades dos Itens

Itens	Fatores					h^2
	1	2	3	4	5	
27.Quando me proponho a fazer algo, dedico-me de maneira intensa	0,805					0,539
42.Sou capaz de mobilizar pessoas para solucionar problemas e dificuldades	0,768					0,682
41.Consigo assumir e coordenar várias tarefas simultaneamente	0,756					0,479

28.Quando procuro fazer algo, costumo me empenhar com paixão	0,755	0,521
24.Diante das dificuldades, não desisto das minhas ideias, do que faço, nem dos meus planos	0,727	0,590
40.Quando estou trabalhando em equipe ou em grupo, contribuo para a construção de um clima agradável e aconchegante para geração de resultados	0,646	0,378
22.Invisto nas minhas próprias ideias, pois considero que elas valham o esforço de concretizá-las	0,551	0,633
19. Tenho ideias que costumam solucionar problemas relacionados à vida diária	0,53	0,547
23.Considero que boas ideias valem o esforço para torná-las reais	0,493	0,455
32.Procuro novos caminhos para solucionar problemas	0,469	0,522
18.Ao lançar olhar sobre o cenário, identifico oportunidades de negócio	0,461	0,692
21. Assumo riscos acreditando em minhas próprias ideias	0,453	0,531
5.Construo relacionamentos para trocar informações com outros empreendedores	0,915	0,595
6.Obtenho informação e auxílio dos empreendedores com quem mantenho contato	0,798	0,567
9. Uso linguagens adequadas na negociação com os setores produtivos	0,724	0,518
16. Anseio ser um player importante no mercado em que atuo	0,696	0,527
26.Nas situações difíceis, persisto porque sei que as coisas vão melhorar	0,602	0,566
7.Mantenho vínculo com organizações e/ou associações que atuam para fomentar novos negócios	0,575	0,479
8.Consigo convencer facilmente outras pessoas sobre o que penso	0,557	0,330
43.A partir de uma ação, transformo ideias e/ou oportunidades em novos produtos e serviços	0,506	0,578
30.Procuro fazer coisas novas e diferentes	0,504	0,612
36.Busco novos conhecimentos que colaborem com os objetivos do negócio	0,753	0,652
37.Busco conhecimento necessário para a orientação de novos produtos e serviços	0,743	0,670
38.Busco por pessoas que contribuam, com sua experiência, com os objetivos do negócio	0,696	0,651
33.Tenho ideias que não costumam ser convencionais	0,750	0,412
15. Na maioria das vezes não penso como a maioria das pessoas	0,707	0,360
20.Tenho ideias disruptivas (fora da caixa)	0,463	0,347

4.Ao analisar cenários futuros, consigo agir em função de uma situação prevista	0,598	0,474
3.Ao analisar cenários futuros, antecipo fenômenos e prevejo acontecimentos	0,489	0,252
1.Ao estender o olhar para o futuro, consigo identificar possibilidades de negócio	0,454	0,408

Método de Extração: *Principal Axis Factoring (PAF)*
Método de Rotação: *Promax with Kaiser Normalization*
Rotação convergindo para 18 iterações

É perceptível nessa primeira análise a omissão dos itens 39, 29, 12, 25, 10, 17, 11, 14, 34, 31, 35, 2 e 13 pelo critério de correlação acima de 0,40 para esse primeiro teste. Outro curioso fato se resume na Tabela 3, em que as correlações entre os fatores oscilam e se mantêm em um nível relativamente alto, como mostrado a seguir. É importante considerar que existem fatores muito correlacionados, contudo os testes dos fatores de segunda ordem mostraram soluções não muito adequadas.

Tabela 3 – Matriz de Correlações

Matriz de Correlação dos Fatores					
Fatores	1	2	3	4	5
1	1	0,696	0,486	0,499	0,315
2	0,696	1	0,469	0,476	0,37
3	0,486	0,469	1	0,27	0,134
4	0,499	0,476	0,27	1	-0,018

Método de Extração : *Principal Axis Factoring (PAF)*.
Método de Rotação: *Promax with Kaiser Normalization*.

Correlações altas apresentam valores acima de 0,5 ocorrendo entre os fatores 1 e 2, com o restante oscilando em valores abaixo disso.

Bastou então a inserção e análise dos itens dentro de cada um de seus fatores, revelando suas correlações e avaliando do que se tratava cada um dos grupos que se formaram. Abaixo, na Tabela 4, verificam-se os índices de cada um dos fatores segundo seus alfas, número de itens, autovalores e suas respectivas variâncias explicadas.

Tabela 4 – Índices dos Fatores

Índices	Fatores					Total
	1	2	3	4	5	
Número de Itens	12	9	3	3	3	30
Autovalor	12,38	12,28	7,31	5,78	3,92	-
Variância Explicada (%)	34,46	4,6	3,79	3,48	2,73	49,06
Alfa de Cronbach	0,895	0,890	0,830	0,633	0,57	-

Método de Extração : *Principal Axis Factoring (PAF)*.

Método de Rotação: Promax with Kaiser Normalization.

Após a exclusão dos itens pelo método *Listwise Deletion* foi possível definir os Alfas de *Cronbach* que sumarizam a relação dos itens com seu fator, bem como a sua correlação total nos dados da presente amostra. Com Alfas bastante altos, acima de 0,75 no primeiro fator, os itens apresentam indícios de confiabilidade e de correlação entre si. Uma leitura atenta sobre o conteúdo semântico que compõem cada item permite uma interpretação de suas relações como sendo próxima do conceito de Auto-Eficácia exposto por Santos e Curral (2010). Entretanto há pequenas diferenças, como a presença da resiliência, na descrição desses itens. Sendo assim, a critério desta pesquisa, optou-se por chamar esse primeiro fator de “Qualidades Pessoais”.

Para o segundo fator, com alfas variando em torno dos valores de 0,89 esse fator parece refletir uma atitude próxima ao conceito que define o empreendedor como um Construtor de Redes de comunicação entre diversos indivíduos, setores, etc. Um aspecto social desse ator, que a título desse trabalho tem essas características chamadas como “Qualidades Sociais”.

O Terceiro fator agrupa 3 itens que refletem a capacidade de buscar tanto por pessoas, quanto por aprendizado, do empreendedor, revelando uma postura autônoma para assimilação e incorporação de informações que podem ser muito úteis no exercício de sua atividade comercial. Com isto posto, cabe a nomeação deste fator como “Autonomia para o Aprendizado”.

Os 3 itens do Quarto fator apresentam um alfa acima de 0,6, revelando seu

potencial para figurar entre os outros fatores. Ganhando o nome de “Criatividade” os itens vão de encontro às características relacionadas a imaginação e capacidade de abstração dos empreendedores.

O quinto e último fator ganhou o nome de “Estratégia” por se aproximar, na descrição relativa de seus itens, aos conceitos presentes na literatura, como “Competências de Gestão” e “Visão Estratégica” em instrumentos sobre empreendedores.

A Tabela 5 a seguir sintetiza os títulos dos cinco fatores acompanhados de seus respectivos valores quanto ao desvio-padrão, média e do coeficiente de variação.

Tabela 5 – Estatísticas dos Fatores

Fatores	Média	Desvio Padrão	Cv	1	2	3	4
1 Qualidades Pessoais	5,19	1,11	0,21				
2 Qualidades Sociais	4,64	1,18	0,25	0,635**			
3 Autonomia para o Aprendizado	5,63	1,25	0,22	0,585**	0,596**		
4 Criatividade	4,50	1,41	0,31	0,161*	0,168*	0,142	
5 Estratégia	4,78	1,10	0,23	0,390**	0,461**	0,424**	0,111

Cv - Coeficiente de Variância; * p<0,05; ** p<0,01

De certa forma os dados convergiram para bons resultados, tendo em vista alfas que expressaram bons indicadores de sua efetividade quanto a avaliação dos itens do questionário junto a sua capacidade de oferecer respaldo para aquilo que se enxerga na teoria e na literatura. Com uma variância explicada final de 49,06 % após a queda de 13 itens do questionário, a versão final parece bem afinada com a proposta de avaliação e mensuração dos cinco fatores defendidos para exemplificação das competências empreendedoras propostas a título desta pesquisa. Por fim parece justa sustentação de que os itens que restaram expressem, de maneira satisfatória, os cinco fatores analisados e mantidos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa foi conduzida no intuito de encontrar indícios de validade de um instrumento a partir de um contexto empresarial enxergado tanto em jovens potenciais empreendedores (estudantes de empreendedorismo) bem como em empresários estabelecidos. Muito embora o tamanho da amostra tenha se mostrado como um entrave, já que o critério de Pasquali (1999) indica a necessidade de 5 respostas para cada um dos itens do instrumento, para a consistência dos conceitos frente aos dados obtidos a partir das análises estatísticas, foi considerável o esforço para retirar cinco fatores de composição das Competências Empreendedoras como sendo a “Qualidades Pessoais”, “Qualidades Sociais”, “Autonomia para o Aprendizado”, “Criatividade” e “Estratégia”. Ademais cabe a análise de que o instrumento teve sua construção ligada a

partir da percepção e relato dos empreendedores, refletindo, ao final das análises, respaldo sobre aquilo que é apontado de fato como as competências empreendedoras na literatura. Os dados não estiveram longe daquilo que se vê na teoria, pelo contrário, aproximaram-se e serviram, em alguns casos, para a confirmação de algumas premissas. A investigação das competências pareceu, então, muito benéfica para o traçado de um estudo na medida em que avalia aquilo que é necessário para se empreender com o que pode ser constatado dentro da atitude e habilidades do próprio empreendedor ou dos que tem desejo em empreender.

Conhecer a realidade empreendedora é dar um passo importante no entendimento de suas dificuldades e limitações, oferecendo auxílio e intervindo para que o Empreendedor, como um agente que impulsiona a economia e traça contornos frente às inovações e progresso de uma região, possa se desenvolver e contribuir para uma condição favorável e justa para todos, porque não dizer, a partir de uma atitude coerente e honesta de sua parte. Empreender é sonhar de olhos abertos em um desejo constante de que os mesmos olhos não sejam fechados por ninguém.

6. REFERÊNCIAS

FREITAS, Maria Ester de. **Contexto social e imaginário organizacional moderno**. Rev. adm. empres. [online]. 2000, vol.40, n.2, pp.6-15. ISSN 0034-7590. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902000000200002>.

MANNHEIM, K. **O problema das gerações**. *Sociologia do conhecimento*, v. II, 1982.

SMOLA, K. & SUTTON, D. **Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium**. *Journal of Organizational Behavior*, v. 23, 2002.

VELOSO, E. F. R.; DUTRA, J. S. & NAKATA, L. E. **Percepção sobre carreiras**

inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e baby boomers. XXXII Encontro da ANPAD - Associação de Pesquisa e Pós-graduação em Administração, 2008.

VASCONCELOS, K. C. A.; MERTHI, D. Q.; GOULART, V. M. & SILVA, A. R. L. S. A **Geração Y e Suas Âncoras na Carreira.** Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, v. 8,n. 2, 2010.

VELOSO, E. F.; SILVA, R. C & DUTRA, J. S. **Diferentes Gerações e Percepções sobre Carreiras Inteligentes e Crescimento Profissional nas Organizações.** Revista Brasileira de Orientação Profissional, v. 13, n. 2, 2012.

MARTES, A. C. B. (abr.-jun. 2010). **Weber e Schumpeter – A ação econômica do empreendedor.** Revista de Economia Política, vol. 30, no 2 (118), pp. 254-270, abril-junho.

GRECO, Simara Maria de Souza Silveira; diversos autores. **Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil : 2016** \ Coordenação de -- Curitiba: IBQP, 2017.

208 p. : il.

Amorós, J. E., & Bosma, N. (2014). **Global entrepreneurship monitor: 2015** global report

.

DRUCKER, P. F. **O melhor de Peter Drucker: obra completa.** São Paulo: Nobel, 2002.

CAETANO, A., SANTOS, S. C., & COSTA, S. F. (2012). **Psicologia do empreendedorismo: processos, oportunidades e competências.** Lisboa: Editora Mundos Sociais

SHANE, S. (2012). **Reflections on the 2010 AMR decade award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research.** Academy of Management Review,

37 (1), 10–20.

XAVIER, S. R., KELLEY, D., KEW, J., HERRINGTON, M., & VORDERWÜLBECKE, A. (2013). **Global entrepreneurship monitor: 2012** global report.

AMIT, R., GLOSTEN, L., & MULLER, E. (1993). **Challenges to theory development in entrepreneurship research**. *Journal of Management Studies*, 30(5), 815-834.

GARZÓN, M. D. (2009). **A comparison of personal entrepreneurial competences between entrepreneurs and CEOs in service sector**. *Service Business*, 4(3), 289-303

BRANCHER, I. B., OLIVEIRA, E. M., & RONCON, A. (2012). **Comportamento empreendedor: Estudo bibliométrico da produção nacional e a influência de referencial teórico internacional**. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, 7(1), 166- 193.

MCCLELLAND, D. C. (1972). **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expr. e Cultura.

OLIVEIRA, José Roberto Cajaíba de; SILVA, Wendel Alex Castro; ARAUJO, Elisson Alberto Tavares. **Longevidade empresarial e características empreendedoras: análise das MPE's da microrregião de Teófilo Otoni/Minas Gerais/Brasil**. *TMSudies, Faro* , v. 9, n. 2, p. 107-117, jul. 2013 . Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-84582013000200016&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 03 jun. 2018.

DIAS, T. R. F. V.; NARDELLI, P. M.; VILAS BOAS, A. A. **Competências empreendedoras: Um estudo sobre os empreendedores ganhadores do prêmio TOP Empresarial**. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 5, 2008. São Paulo. Anais... São Paulo/SP: EGEPE, 2008.

LEIVA, J. C.; ALEGRE, J.; MONGE, R. **The influence of Entrepreneurial learning in new Firms' performance: a study in costa rica.** Rev. Inovar, v. 24, edição especial, 2014.

MAN, T. W. Y., & LAU, T. (2000). **Entrepreneurial competencies of SME owner/managers in the Hong Kong services sector.** Jour. of Enter. Cult., 8(3), 235-254. doi: 10.1142/S0218495800000139

HONMA, E. T., & TEIXEIRA, R. M. (2011). **Competências empreendedoras em hotéis de pequeno porte.** Revista Turismo Visão e Ação Eletrônica, 13(1), 52-80. Recuperado de <http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/1993>

MELLO, S. C. B., FONSÊCA, F. R. B., & JÚNIOR, F. G. J. (2007). **Competências empreendedoras do dirigente de empresa de base tecnológica.** RAM, 8(3), 50-76. Recuperado de <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/view/131>

ZAMPIER, M. A., & TAKAHASHI, A. R. W. (2014). **Aprendizagem e competências empreendedoras.** RGO, 6(4), 3-18. Recuperado de <http://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/view/987>

SESEN, H., & PRUETT, M. (2014). **The impact of education, economy, and culture on entrepreneurial motives, barriers and intention.** Journal of Entrepreneurship, 23 (2), 231-261. doi: 10.1177/0971355714535309

RODRIGUES, R. G., RAPOSO, M., FERREIRA, J., & PACO, A. Do. (2010). **Entrepreneurship education and the propensity for business creation: Testing a structural model.** International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 9(1), 58–73

FUZETTI, Diana L. Kochmanski . (2015). **CONCEITOS E PRÁTICAS EMPREENDEDORAS NA VISÃO ECONÔMICA E ADMINISTRATIVA.** bioenergia em

revista: diálogos, ano 5, n. 2, p. 50-66, jul./dez. 2015.

SANTOS, Susana Correia; CAETANO, António; CURRAL, Luís. **Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo: Como identificar o potencial empreendedor?**. Rev. Portuguesa e Brasileira de Gestão, Lisboa, v. 9, n. 4, p. 2-14, out. 2010. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-44642010000300002&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 03 jun. 2018

BOYATZIS, R. E. **The competent management: a model for effective performance**. New York: John Wiley, 1982. In: DUTRA, J. S. Competências: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna. São Paulo: Atlas. 2004.

LE BOTERF, Guy. **Desenvolvendo a Competência dos Profissionais**. Porto Alegre: Artmed, 2003.

ODERICH, C. (2005). Gestão por competências gerenciais: **Noções e processos de desenvolvimento**. In R. L. Ruas, C. S. Antonello, & L. H. Boff (Eds.), Os novos horizontes da Gestão: Aprendizagem organizacional e competências (pp. 88–115). Porto Alegre: Bookman.

BRANDÃO, H. P., & BORGES-ANDRADE, J. E. (2007). **Causas e efeitos da expressão de competências no trabalho: Para entender melhor a noção de competência**. Revista de Administração Mackenzie, 8(3), 32-49.

BIRD, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas. *Ac. of Man. Rev.*, 13(3), 442-454. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/258091>

MAN, T. W. Y. (2001). **Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises in the hong kong services sector (Tese de doutorado)**. The Hong Kong Polytechnic University, Kowloon, Hong Kong. Recuperado de

<http://hdl.handle.net/10397/3532>

ANTONELLO, C. S. **A metamorfose da aprendizagem organizacional: Uma revisão crítica.** In: RUAS, R. L.; ANTONELLO, C. S.; BOFF, L. H. e colaboradores. Os novos horizontes da gestão: Aprendizagem organizacional e competências. Porto Alegre: Bookman, 2005. p. 12-33.

BORBA, M. L., HOELTGEBAUM, M., & SILVEIRA, A. (2011). **A produção científica em empreendedorismo: Análise do Academy of Management Meeting: 1954-2005.** Revista de Administração Mackenzie, 12(2), 169-206.

SOUZA, E. C. L. (2005). **Empreendedorismo: Da gênese à contemporaneidade.** In E. C. L. Souza & T. A. Guimarães (Eds.). Além do plano de negócio (pp. 3–20). São Paulo: Atlas.

LIAO, J., & WELSCH, H. (2005). **Roles of social capital in venture creation: Key dimensions and research implications.** Journal of Small Business Management, 43(4), 345-362. doi:10.1111/j.1540-627X.2005.00141.x

NAHAPIET, J., & GHOSHAL, S. (1998). **Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage.** Academy of Management Review, 23(2), 242-266.

FILION, J. L. **Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares.** Revista de Administração de Empresas - Light, v. 7, n. 3, jul./set., 2000.

CARTON, R. B., HOFER, C. W.; MEEKS, M. D. **The entrepreneur and entrepreneurship: definition of role in the society.** Georgia University, 1998.

DORNELAS, J. C de A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DUALIB, Roberto; SIMONSEN JR, Harry. **Criatividade e Marketing**. São Paulo: McGraw-Hill, 1990.

LUBART, Todd. **Psicologia da Criatividade**. Porto Alegre: ArtMed, 2007.

VIGOTSKI, L.S. **La imaginación y el arte em la infância**. Ensaio Psicológico. Ediciones Akal, S. A., 2003. Sector Foresta, 1. Madrid – España.

MINTZBERG, Henry et al. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Trad. Nivaldo Montingelli Jr. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MINTZBERG, Henry e QUINN, James Brian. **O processo da estratégia**. Trad. James Sunderland Cook, 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BOWMAN E. H.; SINGH H.; THOMAS H. **The domain of strategic management: history and evolution**. In: Pettigrew, A.; Thomas, H.; Whittington, R. (org.). Handbook of Strategy and Management. Londres: Sage, p. 31-51, 2002

DESS, G. G.; LUMPKIN, G. T.; EISNER, A. B. **Strategic management**. 3 ed. New York: McGraw-Hill, 2007.

PASQUALI, L. **Instrumentos psicológicos: manual prático de elaboração**.

Laboratório de Pesquisa em Avaliação e Medida (LabPAM) – Instituto de Psicologia.

Brasília: Universidade de Brasília, 1999.

_____. **Análise Fatorial Para Pesquisadores**. Laboratório de Pesquisa em Avaliação e Medida (LabPAM) – Instituto de Psicologia. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

TABACHNICK, B.; FIDELL, L. S. **Using multivariate statistics**. 4 ed. San Francisco: Allyn & Bacon, 2001.

NEIVA, E. R., ABBAD, G.; TRÓCCOLI, B. T. **Roteiro para Análise Fatorial de Dados**. Brasília: [S.n.], 2008. (Apostila da disciplina Análises Multivariadas e Regressão Múltipla, Programa de Pós Graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações, Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília).

MISCHEL, W. **Continuity and change in personality**. American psychologist, 1969, 24, 1012-1018

THORNDIKE, L.L. **Educational Psychology**. New York: Lencke & Brechner, 1903.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza: 1ª ed.** São Paulo: Editora Cultura, 1999

AHMAD, N. H., RAMAYAH, T., WILSON, C., & KUMMEROW, L. (2010). **Is entrepreneurial competency and business success relationship contingent upon business environment? A study of Malaysian SMEs**. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 16(3), 182-203.

ANEXOS

INSTRUMENTO DE PESQUISA

Prezado(a) respondente,

Você está participando de uma pesquisa conduzida pela Universidade de Brasília (UNB), cuja finalidade é descrever características relacionadas ao empreendedorismo e a inovação.

Sinta-se a inteiramente à vontade para dar suas opiniões lembrando-se que suas respostas ficarão **anônimas** e serão mantidas no mais rigoroso **sigilo**.

Não há respostas certas nem erradas, **o que importa é sua opinião sincera**. Sua participação é muito **valiosa**.

Por favor, busque responder todos os itens.

Muito obrigado!

Inicialmente responda alguns dados demográficos

Sexo: () Feminino () Masculino

Idade: _____ anos.
 Nome da sua empresa: _____
 Cargo na empresa: _____
 Tempo de serviço na empresa: _____
 Tempo de existência da empresa: _____ anos.
 Quantidade de funcionários da empresa: _____

Agora, precisamos que você responda alguns itens sobre seus comportamentos e sua atuação nas organizações e no mundo do trabalho. Utilize a escala abaixo para fazer essa avaliação sobre você mesmo. Lembre-se: não existem respostas corretas, o que importa é a sua avaliação.

1 Nunca	2	3	4	5	6	7 Sempre
--------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	---------------------------

Itens	Avaliação
1. Ao estender o olhar para o futuro, consigo identificar possibilidades de negócio	1 2 3 4 5 6 7
2. Vejo oportunidades onde as pessoas vêm problemas	1 2 3 4 5 6 7
3. Ao analisar cenários futuros, antecipo fenômenos e prevejo acontecimentos	1 2 3 4 5 6 7
4. Ao analisar cenários futuros, consigo agir em função de uma situação prevista	1 2 3 4 5 6 7
5. Construo relacionamentos para trocar informações com outros empreendedores	1 2 3 4 5 6 7
6. Obtenho informação e auxílio dos empreendedores com quem mantenho contato	1 2 3 4 5 6 7
7. Mantenho vínculo com organizações e/ou associações que atuam para fomentar novos negócios	1 2 3 4 5 6 7
8. Consigo convencer facilmente outras pessoas sobre o que penso	1 2 3 4 5 6 7
9. Uso linguagens adequadas na negociação com os setores produtivos	1 2 3 4 5 6 7
10. Consigo escutar diferentes pessoas que estão envolvidas em uma situação de problemas diários	1 2 3 4 5 6 7
11. Anseio mudar o cenário mercadológico atual	1 2 3 4 5 6 7
12. Considero que os negócios nunca estão completos, sempre precisam de melhorias	1 2 3 4 5 6 7
13. Considero a competição como algo benéfico para as relações sociais	1 2 3 4 5 6 7
14. Ao analisar realidades, leio cenários de mercado de maneira crítica	1 2 3 4 5 6 7
15. Na maioria das vezes não penso como a maioria das pessoas	1 2 3 4 5 6 7

16. Anseio ser um player importante no mercado em que atuo	1 2 3 4 5 6 7
17. Ao lançar olhar sobre o cenário, crio soluções para problemas identificados	1 2 3 4 5 6 7
18. Ao lançar olhar sobre o cenário, identifico oportunidades de negócio	1 2 3 4 5 6 7
19. Tenho ideias que costumam solucionar problemas relacionados à vida diária	1 2 3 4 5 6 7
20. Tenho ideias disruptivas (fora da caixa).	1 2 3 4 5 6 7
21. Assumo riscos acreditando em minhas próprias ideias	1 2 3 4 5 6 7
22. Invisto nas minhas próprias ideias, pois considero que elas valham o esforço de concretizá-las	1 2 3 4 5 6 7
23. Considero que boas ideias valem o esforço para torná-las reais	1 2 3 4 5 6 7
24. Diante das dificuldades, não desisto das minhas ideias, do que faço, nem dos meus planos	1 2 3 4 5 6 7
25. Onde as pessoas vêem problemas, eu vejo oportunidades	1 2 3 4 5 6 7
26. Nas situações difíceis, persisto porque sei que as coisas vão melhorar	1 2 3 4 5 6 7
27. Quando me proponho a fazer algo, dedico-me de maneira intensa	1 2 3 4 5 6 7
28. Quando procuro fazer algo, costumo me empenhar com paixão	1 2 3 4 5 6 7
29. Ao enfrentar dificuldades, costumo manter-me estável sem que me abale	1 2 3 4 5 6 7
30. Procuro fazer coisas novas e diferentes	1 2 3 4 5 6 7
31. Valorizo a independência e o fato de ser dono do próprio negócio	1 2 3 4 5 6 7
32. Procuro novos caminhos para solucionar problemas	1 2 3 4 5 6 7
33. Tenho ideias que não costumam ser convencionais	1 2 3 4 5 6 7
34. Consigo adaptar várias habilidades as demandas da situação	1 2 3 4 5 6 7
35. Sou aberto a novos caminhos e oportunidades	1 2 3 4 5 6 7
36. Busco novos conhecimentos que colaborem com os objetivos do negócio	1 2 3 4 5 6 7
37. Busco conhecimento necessário para a orientação de novos produtos e serviços	1 2 3 4 5 6 7
38. Busco por pessoas que contribuam, com sua experiência, com os objetivos do negócio	1 2 3 4 5 6 7
39. Consigo estabelecer relações entre as pessoas que favorecem o diálogo e a solução de problemas	1 2 3 4 5 6 7
40. Quando estou trabalhando em equipe ou em grupo, contribuo para a construção de um clima agradável e aconchegante para geração de resultados	1 2 3 4 5 6 7
41. Consigo assumir e coordenar várias tarefas simultaneamente	1 2 3 4 5 6 7
42. Sou capaz de mobilizar pessoas para solucionar problemas e dificuldades	1 2 3 4 5 6 7
43. A partir de uma ação, transformo ideias e/ou oportunidades em novos produtos e serviços	1 2 3 4 5 6 7

Confira se respondeu a todos os itens! Muito obrigado pela sua participação!

TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS

TABELA DE SÍMBOLOS DE TRANSCRIÇÃO	
Alongamento de vogal	::
Gírias, palavrões e neologismos	“ ”
Hipótese	()
Inaudível	(Inaudível)
Pausa breve	(+)
Risos	((ri))
Truncamento, interrupção discursiva	//

ENTREVISTADO 1

– Tá, ee e, eu (+) eu fiz administração na UNB, e e e desde o início do curso trabalhei, trabalhei um ano num Ministério como estagiário, depois, fui pra fora, fizza seis meses de::, de um intercâmbio também de trabalho lá nos Estados Unidos, e e e cheguei no Brasil, acabei me:: me

candidatando e sendo, sendo selecionado no processo da (UNICHAMP) Panamericana de Comércio, e e e, e que é uma empresa com uma cultura bastante empreendedora, porque eu já queria empreender, mas eu não tinha:: experiência, não tinha né (+) projeto, nada, fui aprender na (Incham?), esse, essa segunda faculdade acabou durando aí seis anos, fiquei lá seis anos e no início de dois mil e quatorze, eu pedi demissão pra me juntar à (Look'n fell) pra me tornar sócio da (Look'n fell), que já tinha dois anos e meio deee, de agência, então, e e e, eu ajudei a construir a segunda metade, hoje a agência tem cinco anos ((ri)) eu tava na segunda metade pra cá, nos dois primeiros anos e e e, tavam meus dois sócios, um é meu irmão, o outro é um amigo de infância que sempre sonhamos empreender junto.

– Eu me considero empreendedor, e e e eu acho que a principal característica do empreendedor é ele fazer coisa, é a capacidade de realização mesmo, e e e, eu até vou ler aqui pra você temmm (+) quinze dias que eu perguntei isso no meu facebook: Pra você qual a melhor definição para empreender? E tiveramm (+) vinte poucas respostas, ó só, transformar ideia em ação, resposta dois vai lá e faz, resposta tle três e e e não é só o ato da transformação ou “fazeção” que é a entrega, mas a postura, querer e acreditar que dá pra transformar ideias em ação, e e e, acreditar que suas ideias podem se tornar realidade e arriscar apesar das circunstâncias, acreditar em você não ter medo e arriscar, e e e (+) para empreender liderança, pensar diferente, (+) fé e pé na tábua, foco força fé e “foda-se” é infalível ((ri)), comprar uma briga, enxergar uma oportunidade e dela criar, entregar e captar valor, gerar valor, sair da zona de conforto em prol de um objetivo, “craziness”, liderar pessoas para construir um sonho seu e dos outros. É isso tudo ((ri)), tudo junto assim ((ri)), pra mim é ((ri)), empreender é isso e eu me considero empreendedor.

– De vários/

– Boom, tem uma historinha, vou tentar resumi ela pra num ‘tomá muito tempo’, mas que foi a história que (+) na que deu origem a Vai Bem Gelados (+) não sei se você conhece é uma empresa de picolé que eu também participo, e (+) a vai bem nasceu assim dois amigos, irmãos, e e e amigos nossos me chamaram ah, tal, quero trocar uma ideia contigo e (+) que vou abrir um negócio sensacional e tal, e vou precisar de uma agência então beleza, vamos lá:: (+) aí ele me falou tal que ahh, paleta e tal, negócio tá “bombando” num sei o quê, vai chegar com força bararam bararam, e:: e aí a gente vai:: comprar uma franquia ou do Monterey ou dos Paleteiros tal, vamos rachar de ganhar dinheiro, tal, aí ele (+), bom eu preciso de uma agência e tal pra ajudar a gente, (+) eu perguntei pra ele: Cara, e aí, quanto cê tem (+) né, quanto cê separou pra investir nisso daí, aí, não, separei muito dinheiro, separei cinco mil reais, (+) e:: aí eu falei pra ele, cara, cinco mil vai pagar um mês de trabalho, // é muito pouco dinheiro pra necessidade de comunicação que tem o negócio, quem sabe a gente estima todo o trabalho de comunicação pro primeiro ano de trabalho do negócio e:: aporta desse valor como serviço, ou seja, a gente não tem desembolso mas a gente dá essa contrapartida não financeira em serviços e se torna sócio da empresa. E os cara toparam (+) então e e e, essa construção foi uma forma de subverter uma dificuldade que provavelmente ia tirar a gente de um negócio e acabou colocando a gente num negócio muito maior. E e e, e aí acabou que comprar uma franquia não deu certo por que a gente não conseguiu, e aí os meninos de novo “megaempreenderes”, ah, cara, já que ninguém quer vender pra gente, vamo fazer a nossa própria? Como assim? Comprar máquina e fazer picolé, é isso? É (+) aí fomos atrás, de máquina, de tudo tal e:: rolou, hoje já são aí cento e vinte freezers espalhados em Brasília (+) tamo vendendo cerca de vinte cinco mil picolés por mês e é uma história que tem um ano e oito meses, um ano e

nove meses.

– Cara, já, assim, eu já me envolvi em algumas iniciativas diferentes e eu já me envolvi com o Viva Cerveja, que era um clube de cervejas por assinatura, que foi a:: a nossa primeira empresa que quebrou (+), e e e sou sócio atual da Vai bem, sou sócio atual da (Look’n fell), tamo fazendo aqui na (Look’n fell) uma reestruturação que a (Look’n fell) vai virar três agências diferentes (+) uma agência de publicidade tradicional, pra atender as (contas tradicionais? Inaudível) uma agência especializada marketing inbound, que é uma metodologia nova, de fazer marketing na internet com automação de inteligência de vendas bem específico, bem especializado, e:: a (Look’n fell) leave, que é a (Look’n fell) que não funciona como agência tradicional, que funciona por projeto, é:: que conta com a mesma caixa de ferramentas da (Look’n fell) tradicional, só que subverte seu funcionamento pra se envolver com projetos especiais, então, não é aquela conta que tem que é uma necessidade, compra mídia e executar comprar mídia e executar uma coisa um pouco diferente é:: tamo agora nossos primeiros clientes aí dessa iniciativa são um festival cervejeiro, e:: um piloto de Stock Car e:: o Galinho da Madrugada que é um bloquinho daqui de Brasília a gente vai ajudar eles a botar o bloco da rua.

– Hoje em dia eu cuido da (Look’n fell) leave que é esse braço de projetos da (Look’n fell), e cuido do grupo (Look’n fell) como uma célula que atende a essas três empresas, então eu cuido de todo escritório / eu cuido de todo o financeiro do grupo e eu cuido de todo o comercial do grupo, e e e cuido da (Look’n fell) leave, tem a participação na (Baybei? Inaudível) que é uma participação mais de acionista do que de executivo, eu tenho mais um negócio, mais, muito mais horas como conselheiro do que como acionista, do que horas como de fato executivo, tenho:: uma participação na Because, que é uma iniciativa:: de empreendedorismo social, onde a gente tem uma “camiseteria” responsável, que a cada:: camiseta que vende, devolve vinte por cento da renda como:: como:: impacto positivo pra uma causa da coleção, então é um negócio bem legal. Cara, empreender é muito louco, que é:: uma cachaca, é viciante, cê, começa, cê não quer parar mais, ou cê desiste pra sempre e cê fala que esse negócio não é pra mim, porque tem muita emoção, ou, você vicia e:: fica nessa, é bem por aí.

– Cara:: eu, eu:: tive pais que empreenderam, a vida inteira, meu pai até hoje, por exemplo, é empresário, tem a empresa dele, minha mãe empreendeu muito tempo, em determinado momento parou e acabou virando acessora parlamentar, mas também empreendeu, eu tinha o exemplo em casa, (+) sempre tive e e e, tesão assim pelo assunto de negócio business, tal e e e, pensava em fazer e e e faculdade de publicidade e não de administração, acabei indo pra administração por mera e e e, mero comodismo da época e e e, porque administração era mais fácil de entrar na UNB, é um curso que também me atendia e tal, acabou sendo bom pra caramba, porque eu acho que eu me parecia muito mais com a administração do que com publicidade e::, e eu tive a grata surpresa de me encontrar depois com a publicidade, acabei achando que fiz bem assim. É e e e, mas especialmente depois disso, por exemplo, no caso eu sempre fui envolvido com iniciativas de grêmio estudantil e e e, como é que chama? De representante de turma no colégio, e e e, ((ri)) já era o capitão do time de handball, sempre gostei de organizar as paradas, aí cheguei na faculdade e fui me envolver com o CA, fui empreender churrasco open bar pra oitocentas pessoas, aquela insanidade, ((ri)) aquela coisa que a gente só faz porque não tem ideia do que tá fazendo maluquice:: e:: e é isso, sempre tive vontade de abrir negócio, e aí à medida que cê vai ficando mais velho, cê vai ficando mais careta né, então, mais consciente dos riscos, então você vai

perdendo aquela:: (+) aquela coragem toda (+). Graças a Deus eu resolvi que, que eu ia ser empregado e aprender à custa de outra pessoa, antes de meter a minha própria cara, tive uma escola que foi maravilhosa que foi a (INCHAN) acho até demorei um pouquinho pra sair, seis anos foi meio muito, mas foi bom e::, e agora, cara, eu não sei o que o destino me reserva, uma quebrada completamente des ((ri)) destrutiva ((ri)) eu não pretendo parar de empreender não, acho//.

– Não::, eu fiz um primeiro processo seletivo na AD&M no primeiro semestre, não fui aprovado, caí na última entrevista, eu lembro até hoje da entrevista, o Lucas, o diretor de negócios, e:: e aí quando eu não passei na AD&M, eu chutei o balde e falei mermão, vou pro CA, velho, meio que vendi minha alma, sacou, falei vou quebrar tudo atue mesmo e eles vão ficar de cara, e:: rolava uma certa né? Sou do CA, sou da AD&M e:: aí, porra, depois que eu entrei pro CA, que eu não fiz mais processo pra AD&M, no segundo semestre eu já comecei a estagiar, e aí não era compatível com a AD&M, porque a AD&M exige uma carga bem maior que qualquer empresa júnior, assim, se eu não me engano na época eram o que vinte horas e:: eu não conseguia estudar, fazer vinte horas de AD&M fazer meu estágio no MCT, então eu acabei optando por seguir essa vida de trabalho remunerado e nunca mais voltei, mas se eu,/ taí uma coisa que eu faria, eu voltaria pra, pra Universidade pra ser de empresa júnior, porque é do caramba, assim, eu:: acredito muito no movimento, hoje em dia eu sou muito próximo da turma do grupo de gestão, a empresa júnior lá de:: engenharia de produção, já dei um monte de treinamento, dei um monte de palestra, sou do conselho do grupo de gestão, então, então é uma galera que::, que eu acredito muito, é um movimento muito empreendedor, enfim (++)).

ENTREVISTADO 2

– Bom naturalmente, uma inquietação, né? Eu acredito que o:: o empreendedor e ee e, de certa forma ele temmm, uma inquietação, uma insatisfação com o mercado que ele tá inserido com o mundo que ele tá inserido e através dessa insatisfação, ele impulsiona isso (+) com uma coragem que acaba tendo que ter:: (+) pra:: atuar emm alguma área da economia, pra um setor econômico, específico, e:: através disso você cria uma empresa::, uma:: missão, uma, uma visão, né? Dentro do que você idealizou ali, de mudança (+) daquele daquele, pensamento. Tudo começa através de um pensamento, de uma ideia, de uma insatisfação::, e você cria esse negócio, (+) ou de uma oportunidade, mas uma oportunidade nada mais é que uma insatisfação de um público, né? Reprimida, que você identifica e cria essa oportunidade. É o que eeeu, até brinco às vezes com os amigos assim e falo: o empreendedor é o otimista ((ri)), é um cara que tem coragem, otimismo, pra poder ver na dificuldade uma oportunidade, né, ele entende uma demanda reprimida e empreende em cima daquilo, dessa dificuldade, então::, a gente traz esse pensamento, também, pra dentro do governo, que é::, a gente não vai ser empreendedor dentro de nossas empresas, mas a gente vai ser empreendedor dentro do serviço público, (+) então assim, a gente, e e e, a gente tem aqui dentro da secretaria muitas pessoas com o pensamento empreendedor, que a gente estimula muito também e a gente quer ver as ideias dessas pessoas, desses, dessas soluções, desses problemas que essas pessoas identificam, serem solucionados, serem né (ter resul inaudível), então a gente trabalha de uma maneira bem colaborativa assim, visualizando o trabalho dos outros como uma excelente oportunidade de resolver problemas, então:: e e e, entendendo primeiro o que a gente tá sendo inserido, se é uma dificuldade de recursos públicos, hoje em dia é o que a gente enfrenta, a gente tem que fomentar a criatividade::, né, pra poder solucionar esses problemas que

a gente tem, então::, tem vários casos, o Tiago pode falar até melhor porque é ele que atuou nesse sentido, ele como secretário do trabalho, ele:: tirou toda a infraestrutura que existia:: e:: recriou, porque a gente (+) vivia:: a secretaria do trabalho era instalada no terceiro subsolo, junto com outro prédio, que ti// existia um outro prédio:: é só ocupado por três andares, dois três andares mais ou menos, e:: ele visualizou (+) que era uma oportunidade de sair de lá e vir pra cá, porque não era necessário pagar o aluguel de lá, que é cento e seten// cento e sessenta, cento e oitenta mil reais por mês (+) poderia ser instalada toda a infraestrutura da secretaria do trabalho aqui, através de uma for/ força tarefa de todos os servidores, acreditando que podia ser remanejadas algumas infraestruturas, algumas equipes e aglutinar algumas equipes em andares e tudo. E aí, começou-se o trabalho de:: arquitetura mesmo do:: de transferir a sede pra cá, então a gente começou a:: diminuir os gastos da secretaria através disso de visualizar é, que, alguns equipamentos, alguns computadores não necessitavam de Windows, tem contrato de seiscentos reais com uma licença de Windows pra computador, que as atividades fins, não necessariamente::, não precisariam de de um sistema operacional específico, a gente foi atrás de softwares livres, pra poder e e e, trabalhar com a gestão (+) desses, desses equipamentos, pras pessoas poderem trabalhar lá, de uma maneira é::, boa, mas com um custo baixo, então:: isso gerou um, uma (negócia? Inaudível) muito grande também né? A gente tá falando de seiscentos reais, mas de quantos computadores? Computadores de dezoito agências do trabalhador então é muita coisa, né? Só com pensamentos, um pouco mais abertos, um pouco sair da caixa, daquele pensamento que o Windows tarara, não, existem sistemas, outros, semelhantes no mercado que não têm custo? Existem, então vamos habilitar, pra atividades mais complexas, que precisam de de um Excel, de um Word, de de tudo mais, aí a gente contrata o pacote do Wind// aí não tem problema, né? Ah, outra coisa, a gente implementou o sistema de Voip aqui, na secretaria, isso:: impactou numa economia de oitenta e três por cento (+) de verba de telefonia (+) a gente não gasta mais esses oitenta por cento, a gente foi de:: sessenta e nove mil, foi pra três mil e novecentos o custo de telefonia, da nossa, da nossa secretaria, então assim, é:: vê os custos como gestor que o Tiago fez, foi um trabalho que ele fez, esse aí é um trabalho que ele fez, que eu tô falando, e e e e que causou um impacto financeiro muito positivo, dentro da secretaria, que reflete isso pro governo, né, e isso, o governo acaba gastando em atividades que realmente importam, que nosso::, nosso trabalho aqui não é:: telefonia (+) então a gente precisa, de um gasto::, pequeno, nisso, não precisa gastar tanto, então a gente::, tanto é que isso acabou refletindo, essa contratação acabou refletindo em outros lugares do governo, (+) e, né, a Agefis tá assumindo o Voip, o:: a Secretaria de Fazenda tá assumindo o Voip, passou esse contrato acabou, que se tornou um case, para que todos, todas as outras secretarias assumissem esse contrato. E e e, além disso, dentro aí da coordenação, a gente, a gente fez o evento, vinte e nove edições, um evento aqui no Setor Comercial Sul, com o intuito de requalificação, noturno, aqui no Setor Comercial Sul, que é uma área, marginalizada, a noite, com bastante prostituição e tráfico de drogas na época, e e e era o lugar com maior índice de homicídios do Plano Piloto, então, ah::, no início do ano, a gente começou uma atividade, aqui dentro do Setor Comercial Sul, e e e, trouxemos o mercado de foodtrucks, os proprietários de foodtrucks, iniciativas culturais e fomos um condutor do processo, ou seja, conseguimos alvará, conseguimos a liberação do DETRAN, isolar estacionamento, e sem nenhum recurso do governo, a gente ide//idea/idealizou e criou vinte e nove edições desse evento, aqui dentro do Setor Comercial Sul fomentando o mercado, que a noite, aqui no Setor Comercial Sul não existe alimentação, né, cultura, com músicos da cidade tocando, sendo remunerados pelos foodtrucks, com banheiro químico, som, toda a infraestrutura para que a população pudesse vir, sem gastar um real do governo, né, é só a gente conversar com o mercado, com o setor produtivo e alinhar o setor produtivo à criação desse evento. Então assim, foi oneroso pro governo? Não foi,

fo// fomentou o empreendedorismo? Fomentou. A gente atingiu o objetivo que a gente queria sem gastar dinheiro, por exemplo, só a gente tentar encaixar e escutar as outras partes pra algo de uma maneira colaborativa que seja bom para todas as partes, isso que é fundamental, então a gente criou esse evento que a gente teve um resultado fantástico, que a gente vai repetir no próximo ano.

– É, na verdade, é otimizar o gasto, né// mas gasto efetivo. Aham //

– Exatamente, é:: é:: a ideia principal aí, é o em//empreendedor gestor, né? El// O que que é o empreendedor? Ele visualiza uma oportunidade no mercado onde tá inserido, o mercado e:: e:: o cenário onde ele tá inserido, que a gente tá falando, é se//serviço público, né, então ele identifica também no mercado como um todo, por exemplo, a gente tem o caso da nossa qualificação profissional, e e e, pouquíssimas pessoas identificavam antes no governo que o EAD er//é uma plataforma interessante educacional e:: de qualificação profissional, e que é, e que é desenvolvido isso no mundo inteiro que, que tem uma credibilidade muito boa em vários lugares do mundo, só que no Brasil tem// existiam poucos cases nesse sentido, que o governo contratava plataformas, ou realizava plataformas de ensino a distância e:: não existiam cases satisfatórios assim, que a gente (+) identificou só um, no caso só, e a gente pensou, se a gente tá passando por uma dificuldade financeira, vamos recriar isso, vamos pensar de uma outra maneira, então existiu um processo de qualificação anterior, que foi gasto, se eu não me engano, dez milhões de reais, que foi qualificado só duas mil pessoas (+), que foi o Qualificopa, e hoje (+) a gente desenvolveu o portal de qualificação profissional, que é o qualifica mais, a distância, com gasto de trezentos e quarenta e nove mil reais, e qualificou vinte e nove mil pessoas, (+) em várias áreas de atuação sendo que essas áreas foram definidas pelo setor produtivo.

– Do setor produtivo. Então, muito é feito por negociar, por conversar, por escutar o setor produtivo, quais são as demandas do setor produtivo, porque não adianta nada a gente qualificar aqui e e e dez mil pessoas pro mercado têxtil, existe um mercado têxtil em Brasília? Não existe. Faz sentido a gente gastar dinheiro com o público pra qualificar milhares de pessoas em um setor só, sendo que ele/ não vão ser absorvidos pelo, pelo mercado? Não faz, então a gente começa e ter uma lógica um pouco reversa. Qual é o problema que o setor produtivo tem? É o diálogo maior mui//cresceu o diálogo com o empregador, porque ele reflete no trabalhador, e: normalmente o “mindset” antes era:: vamos (+) conversar com o trabalhador (+) pra ver qual a demanda do trabalhador, tá a gente vai atender a demanda do trabalhador, às vezes o tr//trabalhador quer aprender chinês, mas o mercado de Brasília vai absorver, a:: mão de obra do trabalhador que aprendeu chinês? Não, então não faz sentido, né, às vezes a gente tem desejos intrínsecos, que a gente quer atingir, mas só que esses desejos (+) às vezes não suprem as nossas necessidades, isso é:: o em// o empreendedor ele tem a/ acaba tendo essa visão uma visão mais apurada, no senti// nesse sentido. Se eu te perguntar se você tá com fome, ou se eu perguntar pra você o que você quer comer, cê, cê, cê visualiza que que são duas perguntas totalmente diferentes, se você tá com fome, então eu vou te dar comida, mas culturalmente as vezes, o que eu te dou de comida pra mim é comida pra mim e pra você não é comida (+) então é muito mais importante tentar o que você// tá com fome?// O que você quer comer? É muito mais importante do que// o// se// que// se você tá com fome, né? A gente tem que sarar o problema, mas e da melhor forma possível, e não sanar o problema (+) eu posso te dar soro por exemplo, posso te hidratar e você ficar tranquilo, mas cê quer comer, né, então assim, tem vários, várias coisas que a gente tem que identificar escutando as pessoas, mas com//não só escutar e resolver os problemas que a gente identificou escutando as

pessoas, mas pensar nas necessidades dessas pessoas.

– Sim, muito, huhum.

– Então, e e, muito escutando e pensando fora da caixa, né, mecanismos sempre legais, né, sempre respeitando as premissas, né, de isonomia, de, de, de legalidade::, né, todas as premissas, mas pensando um pouco diferente (+) pensando no objetivo e não no trajeto, né, porque as vezes se a gente pensar muito no caminho a gente desiste, não, vai demorar, ah, por exemplo, existem números e trâmites legais e de processuais dentro do governo::, que se você não pegar o processo que você escreveu, se você pegar o processo que você escreveu e colocar num malote ou colocar no sistema e mandar pra alguém, pra chegar lá vai demorar quinze dias (+) hoje tem coisas que você tem que você tomar como prioridade, se você, se esse processo é importante e ele significa muito pra população ou pro//pra o andamento de alguma atividade econômica, alguma coisa assim, cê pega esse processo, lança no sistema, bota debaixo do braço pega o carro e vai e entrega pessoalmente pra pessoa:: e fala ó, isso aqui é prioridade, isso precisa andar, e, normalmente, a burocracia quando ela se ins// quando ela está instalada a pessoa fala ah não, vou mandar isso aqui, vai demorar muito, vou mandar aqui pro sistema:: e daqui a quinze dias a pessoas vai receber (+) aí daqui a vinte dias a pessoa vai ler e aí, depois de quinze dias ela escreve um parecer, coloca no sistema de novo::, e aí sistema vai voltar pra cá:: e aí a gente:: lê o que ele escreveu, aí a gente normalmente não entendeu nada do que ele escreveu, e aí a gente vai ter que voltar com o processo::, não, a gente vai no órgão.

– Com certeza, com certeza, com certeza, é:: visualizar que:: (+) que o processo está lá da burocracia ele tem que ser de certa forma:: agilizado:: pelas pessoas as vezes, que isso é ruim de certa forma, (+) que não deveria ser assim, que não deveria depender de pessoas, só de pessoas os processos (+) entendeu, masss, dependem é:: terrível.

– Também, também, até mesmo, pro:: governo né, essa relação entre o empresário e o governo, às vezes ele fica na informalidade por que ele acha que vai demorarr e aí ele prefere ficar na informalidade::, né, simplificar as vezes tributos, processos e e e, podem gerar maior arrecadação pro governo, só que você simplificar a carga tributária:: por me// ou mesmo simplificar alguns processos, isso pode reverter em, em uma arrecadação muiito maior pro governo, muito maior, então assim, é um movimento que a gente visualiza que é::, que é importante, que o governo:: repense algumas, algumas estruturas burocráticas pra poder tanto simplificar pra o empresário como enxugar a máquina pública::.

– Bom, a gente não trabalha com isso dentro das agências do trabalhador, a gente não abre empresas, o serviço na agência do trabalhador é mais no sentido de:: tirar a carteira do trabalho::, entrada no seguro desemprego, captação de mão de obra, ou seja, se você, tá desempregado, você se cadastra no nosso sistema e aí a gente faz a intermediação de mão de obra, que é a captação de vagas junto aos empresários que é ter uma área de relacionamento com os empresários, e uma área de relacionamento com o trabalhador, que é a agência do trabalhador, e aí a gente conecta essas duas pontas, então existiram casos aqui, na secretaria, que algumas empresas vieram pra dentro da secretaria e atuaram aqui dentro, no/ no sentido de:: captar, selecionar a mão de obra que a gente:: tinha é:: no nosso banco de dados, identificar, através de entrevistas essas pessoas, qualificar essas pessoas aqui dentro e depois enviar pras empresas, entendeu? Esse trabalho a gente faz, aqui, que

é justamente de simplificar a vida do trabalhador// do// do// empregador e do trabalhador, por quê? Porque o trabalhador às vezes ele tá abrindo um comércio dele, ele tá agora:: reformando, e ele vai precisar inaugurar um supermercado por exemplo, eu tô abrindo:: um supermercado no Paranoá::, por exemplo, e aí, eu preciso captar, mão de obra pra trabalhar nesse supermercado, então eu venho numa agência do trabalhador e falo eu preciso de pessoas pra trabalhar no meu::, no meu:: supermercado:: e aí a gente passa a::, o nosso banco de dados diante do que ele precisa, visualiza o que ele precisa (+) encaminha pra ele, ele faz a seleção de pessoas, uma pré-seleção, depois faz uma seleção presencial e a gente disponibiliza o espaço aqui pra ele fazer, depois disso, ele pode fazer o treinamento e aí quando a loja dele tiver inaugurada fazer um pré-treinamento e aí, quando a loja dele já tiver inaugurada, ele leva as pessoas pra trabalhar, é facilitador, a gente tem que ser facilitador condutor, né, de política pública do Estado.

– Existe.

– Resultados? Sim, sim, existe a PED, que é uma pesquisa que é divulgada mensalmente, e e e, há três meses seguidos (+) a gente teve um quadro de redução do desemprego no Distrito Federal, na/não//na contramão do que// existe em todo (+) todo o Brasil, todo o Brasil, as capitais do Brasil tiveram aumento do desemprego enquanto a gente atingiu sim um crescimento muito alto de desemprego, que a gente vem revertendo há três meses sequentes essa queda do desemprego, que e e e, que vem sendo mudado esse quadro, né, e e e, e a gente identifica que é por conta da qualificação profissional, a gente tem um programa de microcrédito (inaudível) também aqui, então, assim, a gente tá vendo que possivelmente é // vem daí esse resultado, entendeu, porque as pessoas qualificadas pela plataforma EAD elas vem aqui pra receber o certificado, as pessoas que estão desempregadas, naturalmente elas descem do primeiro andar e a gente direciona pro,pro, pra agência do trabalhador, pra fazer o cadastro delas, e depois disso, a gente conecta com as vagas dos// de// dos empregadores. Então a gente teve repo//respostas, feedbacks dos empregadores de que essas pessoas que foram qualificadas pelo EAD eram de excelente qualidade, assim né, serviços excelentes que tavam prestando, inclusive pediram até mais indicações, entendeu, então assim, a gente vê que o ciclo do trabalho que tá sendo desenvolvido aqui vai, vai se fechando, que é capta mão de obra, qualifica mão de obra, insere ela no mercado de trabalho, isso é a nossa missão.

– Aí, aí, a gente tá fazendo o nosso trabalho, ponto. O que a gente vê de diferencial, dentro desse trabalho, que a gente tá fazendo é a qualificação, plataforma EAD com um custo muito menor, e aí é um trabalho de gestão (+), né, de gestão empreendedor, nesse sentido, de mudar um pouco esse conceito e realizar a nossa missão, né, é mudar os conceitos dos paradigmas normais que existiam e isso é empreendedorismo, você de certa forma utilizar mecanismos disruptivos pra poder construir, um, uma gestão mais eficiente, né, essa é nossa preocupação, atingindo a nossa missão da secretaria (+) seria mais ou menos isso.

– Ó, como eu atuei num, num ramo de, de um setor bem específico que é da//da gastronomia, eu:: hoje vejo a secretaria do trabalho como, como, se eu conhecesse e tivesse esse trabalho (+) sendo desenvolvido quando eu era empresário::, com certeza ia solucionar vários problemas, que eu, que tinha, né, e e e, por exemplo, qualificação, mão de obra qualificada, é um grande problema pro empresário, é um grande problema pro empresário é achar mão de obra qualificada, e eu tinha muita dificuldade nisso (+), muita dificuldade, então, se, e e e, eu ti// fosse empresário hoje em

dia, né, tivesse meu comércio e tivesse uma conexão com a secretaria, visualizasse isso, esse trabalho que tá sendo feito aqui, com certeza eu ia querer me aproximar da secretaria do trabalho pra poder captar mão de obra pra mim, entendeu, e e e, então assim, eu não via isso acontecendo antes, não visualizava isso antes, não sabia se era feito como, né, o trabalho de abertura da secretaria de trabalho para o empregador e para o trabalhador, mas principalmente para o empregador, que não existia antes, e o que existia, que a gente identifica é um direcionamento político das vagas, e e e, que isso é muito ruim, porque quebra a confiança entre o empregador e o governo (+) e e e, foi, foi muito forte, o que a gente modificou quando a gente tava aqui, então a gente vem trabalhando pra restabelecer esse vínculo, esse vínculo de confiança, entre o empregador e o governo, o governo eu digo secretaria do trabalho, pra poder fazer essa intermediação de mão de obra de maneira mais eficaz e de melhor qualidade, tanto pro trabalhador, que precisa dis//desse serviço, né, como pro empregador (+) conectar esses dois lados, que é função do governo, né, função da secretaria do trabalho, então, assim, acredito que se:: eu tivesse como empresário hoje veria que isso sanaria muitos problemas, sabe, dentro do//da minha administração de diário e tudo mais.

– Não, qualquer pessoa pode ser qualificada, a plataforma de EAD você se inscreve, nela, e consegue realizar o curso gratuitamente:: (+)

– Não, não, se você, por exemplo, for professor e quiser fazer um curso no EAD de empreendedorismo, que fluxo de caixa, voltado na//na plataforma do empreendedor, fazer uma especificação, formação de preços, né, de fluxo de caixa, de como abrir empresa, e tudo (+), você tem condições de fazer, você não tem problema nenhum, não tem que tá dentro do, do teu:: do seu currículo, ne//tão é livre, cem pro cento livre.

– Ó, ele já saiu na televisão, uma, uma:: publicidade na televisão, tem publicidades no metrô, e e e, nas mídias, em geral como, como, e e e, mídia espontânea, né, jornalistas escrevem, né, as vezes escreveram falando do portal, a gente fez o lançamento do portal em março desse ano, foi um lançamento que teve muitas pessoas e tudo, e foi divulgado em toda a mídia, tem a nossa acessoria de comunicação que divulga eventualmente o lançamento de alguns cursos a mais dentro da plataforma, e e e, tem uma grande divulgação (+) uma grande divulgação dentro das agências do trabalhador também existem algumas, alguns folhetos e tudo(+).

– O empreendedor nada mais é que uma pessoa otimista, pra mim, otimista (+) ele lê o cenário de uma maneira crítica e visualiza dentro de problemas, que normalmente as pessoas visualizam problemas, ele vê oportunidades (+) é simples assim (+) basicamente isso, e essas oportunidades, quando eu falo oportunidades são negócios né (+).

– Não, não, meu pai é economista, professor, consultor, minha mãe é psicóloga, e e e, minha família, em geral, são servidores públicos (+) não tenho:: tenho parente distante que é empresário, nunca tive proximidade com ele tipo de profissional, é uma vontade que vem, assim, de dentro e é uma motivação mesmo:: de dentro (+) não é nada familiar (+).

– É eu já tive, eu tive primeiro uma agência produção de imagem e vídeo de esporte radical (+) com dezoito anos, minha história de vida é um pouco doida, assim, na verdade eu comecei empreendedor sem saber que eu era empreendedor, com treze anos eu morava numa casa que tinha

uma piscina e:: eu pedi pra minha mãe de aniversário um aquário com peixes e meus peixes começaram a dar filhotes e eu pedi no natal, meu aniversário é em novembro, eu pedi no natal um aquário vazio:: e eu comecei a transferir os peixes novos do aquário pro aquário vazio e aí, depois de um tempo, esses dois aquários não tavam dando mais conta, por que eu estava vendendo os peixes pros meus vizinhos, todo mundo acabou tendo aquário e eu desativei a piscina de casa e coloquei todos os peixes dentro da piscina, e aí busquei informação, com relação ao PH da água, fungos, controle de bactérias e tudo:: e os peixinhos começaram a procriar ((ri)) e aí e aí::, bom aí eu desativei a piscina e aí comecei a vender os peixes pra o lugar onde eu comprava os peixes em troca de ração, pegava ração, controle de bactéria, controle de PH da água, aí em um certo momento entrou um sapo na piscina, mudou todo o ecossistema da piscina e aí morreram todos os peixes ((ri)). Foi minha histó// minha primeira história de fracasso empreendedor, né, e aí depois de muito tempo, quando eu entrei na faculdade, com os amigos, a gente decidiu um grupo de estúdios, a gente::, cada um tinha uma máquina fotográfica:: uma máquina de fil// filmagem, a gente gostava de esporte radical e aí a gente teve a ideia de montar uma, uma produtora de:: de:: vídeo, de fotos, de imagem, né, de esporte radical, porque a gente não visualizava, em nenhum momento o:: esporte:: na ótica do atleta, de quem pratica o esporte, e aí:: a gente se inseriu dentro:: desse meio, nesse sentido, com essa visão, de inquietação, de não vê dentro do mercado uma::, uma cobertura jornalística, e e e, de um de um esporte, na ótica de quem pratica o esporte, então a gente começou a fazer isso, há muito tempo atrás, eu tenho trinta e três anos, eu fiz quando eu tinha dezoito dezanove anos, a gente começou a fazer isso com equipamentos:: rudimentares, se a gente for pensar hoje que a gente tem equipamento de go-pro, tudo isso (+) e e e, então a gente começou a ceder imagens pra SPN e:: um site, a gente tinha nosso site e tudo, e:: em certo momento a gente:: cada um foi pra um ramo assim, foi, seguiu sua carreira e deixou esse projeto de lado assim, então acabou que cada um veio pra um lado, que (inaudível) um foi pra o Cirque du Soleil, eu virei chefe de cozinha, o outro virou policial militar, o outro, que era o menos envolvido, virou produtor de vídeo, e hoje trabalha com edição de vídeo, e:: e, na parte de cinema:: e produção de vídeo e tudo, e e e, então, foi mais isso, foi meio que uma experiência, então, depois de um tempo, eu:: eu abri um restaurante com minha mãe, com sociedade com minha mãe, era uma franquia, eu tive::, por três anos e meio esse restaurante e::, por ser uma franquia, eu comecei a identificar que:: eu queria fazer uma receita, queria mudar alguma coisa, queria fazer uma ação de marketing, mexer na, no letreiro, na marca e tudo e não podia por que era uma franquia e essa inquietação me fez abrir o meu restaurante, com o meu cardápio, com a minha marca, a arquitetura que eu acreditava:: e tudo, e fiquei com ele durante seis anos, e nesse meio tempo eu fiz um food truck e fiz o primeiro evento de rua de gastronomia de Brasília, de chefs cozinhando na rua, que é o deguste.

– Sim (+) foi em dois mil e treze, se eu não me engano, outubro de dois mil e treze, a gente fez o primeiro evento de rua, de gastronomia de rua de Brasília, com chefes de cozinha renomados de Brasília, né, então::, já empreendi muito no no setor gastronômico, né, assim, o maior tempo de de empreendedor foi no mercado gastronômico. E aí, depois de um tempo, quieto, insatisfeito::, que é um mercado pouco inovador o mercado gastronômico, e e e, eu:: fui provocado pelo secretário, eu:: tava já insatisfeito, eu fui provocado pelo secretário de trabalho a:: assumir um novo desafio de sair de dentro da minha zona de conforto, que era o que eu mais queria era sair da minha zona de conforto e vim trabalhar aqui no:: governo, como coordenador de estratégias de empreendedorismo, comecei ano passado e ainda tocando as duas coisas, ainda com o restaurante e aqui, chegou um momento que eu me decidi ficar aqui e abandonar o restaurante e o food truck também, porque existiria um conflito de interesses por que eu fui uma das pessoas que escreveu

(inaudível) no food truck, então eticamente eu via que:: eu não podia ter um food truck.

ENTREVISTADO 3

– Na criação da empresa::, a empresa:: foi criada por (+) um casal de japoneses e na época ela precisava de::, de uma pessoa que tomasse conta, né, eu tinha esse perfil, que eu já trabalhava em outra empresa, em mil novecentos e setenta eu fui admitido na primeira floricultura de Brasília, que se chama Flores do Planalto, né, (+) então eu fui admitido lá pra trabalhar um fim de semana e acabei ficando seis anos (+), aí, essa japonesa e o esposo dela que é japonês também, eles tinham até dificuldade de falar o português, né, e me contrataram pra vim gerenciar a empresa deles (+), eu na época, eu tinha:: vinte anos (+), eu vim, com ideias novasss, é:: expandi, eles eram produtores, entendeu, então a gente abriu caminhos assim, ele produzia pra ele próprio, né, mas aí eu vi a possibilidade de um mercado que ele poderia produzir e vender pra outras floriculturas também, né, então isso abriu um mercado, um leque muito grande pra eles, eles cresceram muito em Brasília, ficaram vinte e nove anos com a empresa e eu comprei a empresa há onze anos, comprei a empresa e comprei o espaço físico também, comprei as duas lojas e a empresa.

– Não, não.

– Eu conheci o meu primeiro patrão, que era, que era japonês, foram e e e e, candango, né, ele chegou em Brasília, montou a floricultura Flores do Planalto em mil novecentos e sessenta.

– Não, é por que japonês é um povo muito inteligente, então japonês, quando ele se instala::, ele se instala já com a visão bem a frente da nossa, né, então ele se instalou aqui em Bra// ele veio de São Paulo pra cá já com o intuito de montar uma floricultura (+), lá em São Paulo ele era representante de filmes japoneses, entendeu, mas, aí ele veio a convite de um amigo dele, que inclusive trabalhava no Itamaraty, e o Itamaraty precisava muito de flor, nessa época, o Itamaraty comprava flores de São Paulo pra fazer os arranjos aqui, vinha florista de São Paulo para fazer os arranjos aqui, então esse japonês chama (Takeshi Mizuno), ele veio pra Brasília, fundou uma empresa, entendeu, começou a fornecer pra, pros órgãos federais Câmara, Senado, Itamaraty, os Ministérios, né, antigamente não tinha licitação, o pessoal fazia o pedido, pegava três floriculturas, aqui só tinha duas floriculturas, pegava o melhor preço (+) e contratava.

– Ser empreendedor é não ter medo (+) de investir, é você, é é você tem que confiar em você mesmo, mesmo que não dê certo, e::, tem, tem, tem parte do empreendedorismo que sempre dá certo, mas uma época, às vezes, falha um pouquinho, igual agora, o mercado de floricultura tá em recessão (+) ã::, os nossos maiores concorrentes é supermercado, supermercado agora vende// tudo que a gente vende aqui o supermercado vende, inclusive buquê de flores, que antigamente, era, especificamente, só vendia em floriculturas, né, mas, mas a gente tem os nossos clientes que preferem comprar aqui por que sabem que a gente tem a mercadoria fresquinha três vezes por semana, né, e a gente, e e e, tem câmara fria::, a gente faz, e e e, o buquê na hora, prepara as flo// a gente compra a mercadoria de primeira os supermercados eles vão lá e arrematam, né, tem coisa boa, tem coisa ruim, tem coisa que não presta, mas arremata aquele lote todo lá e traz e não tem, as vezes não tem quem fique tomando conta, né, (+), mas o nosso grande:: éeee, o nosso grande adversário mesmo na competição de vendas de flores é o supermercado.

– Eu me considero, eu me considero, porque eu arrisquei toda a minha vida, todo o meu capital, entendeu, eu arrisquei na empresa, trabalho de sete horas da manhã, se precisar ficar até às dez eu fico, se precisar ficar até meia noite eu fico, se precisar virar a noite eu viro, os meus funcionários as vezes não ficam, os meus funcionários eles tem, família, tem um horário a ser cumprido, né, eu não, eu tenho família, mas eu tenho que:: gerir emprego, eu tenho que gerir mão de obra, eu tenho que gerir o faturamento necessário pra poder pagar eles, né. Então, às vezes, eu estendo aqui, eu falo que eu fecho sete horas, sete e meia, mas se um cliente liga, ah não, eu tô querendo pegar uma planta, umas flores aí, mas eu só vou sair do serviço oito e meia, eu espero::, isso a gente ganha o cliente, né. Eu acho que eu, eu, tenho sangue na veia de empreendedor.

– Não desistir, não desistir, mesmo que o comércio esteja ruim, eu poderia vender minhas duas lojas aqui, dois milhões, dois milhões e quinhentos, e::, mas, pra mim o importante é a minha satisfação e a// contratar mão de obra, saber que eu tenho compromisso com várias famílias, entendeu, isso é que é ser empreendedor, e::, eu sou um capitalista, eu tenho que ter meu lucro também.

– O mercado de flores aqui em Brasília, atualmente, é um mercado quase falido (+), a gente tá aqui de teimosia mesmo, porém é a minha vida toda, eu sempre trabalhei com flores, vai fazer quarent// fez quarenta e seis anos agora dia primeiro de janeiro trabalhando com flores e acredito que as coisas vão melhorar.

– Casamento, pra funeral, pra batizado, pra aniversário, pra amante, pra namorado, pra casado e tal, motel, eu faço tudo.

– Não eu acho, que, eu tenho certeza que eu sou um empreendedor.

– Em São Paulo, em Ouradas, que é vizinho, faz fronteira Minas com São Paulo, a temperatura lá é uma tempe// nessa cidade se faz até vinho melhor que no Rio grande do Sul, não, em Andradas, Minas Gerais, e e// e esse holandês ele produz em São Paulo, em Holambra, cidade de Holambra, e em Andradas, Minas Gerais, lá se produz vinho bom, rosa, banana, tem uma// tem uma produção muito boa por que o clima é bem, época de frio, fe//faz até menos dois.

– Produzem, em pequena quantidade, em Santa Catarina também, Paraná também.

– Azul, não existe a flor azul, existe a flor branca pintada de azul, artificial, a cor é artificial, a orquídea também que chama blue mystic ela foi lançada pelo // por um holandês, que ele descobriu uma anilina que ele aplica na raiz da orquídea branca, que ele, desde pequena e ela vai absorvendo essa anilina, e fica azul, mas quando a orquídea floresce novamente ela floresce a cor natural dela.

– Não, produtor não, eu conheço os produtores também eu sei como, como importa, eles importam a a muda, da Holanda, tem que pagar royalties, né, porque antes só existia rosa branca, amarela, vermelha, cor de rosa, hoje existe um leque de cores naturais, que são híbridas, né, eles fazem o cruzamento de uma flor com a outra aí saem matizadas, sai sai uma cor diferente, um vermelho mais claro, um vermelho mais escuro, um vermelho bem, bem eee, quase negro, aveludado, então isso aí é cruzamento de várias, várias cores que eles vão fazendo e isso é feito tudo na Holanda (+) então eles compram as mudas e pagam royalties pra produzir e hoje em dia é mapeado, via satélite,

fazendas que produzem clandestino eles mandam fechar ou tem que pagar royalties. Em Barbacena era, uma produ // uma grande produtora de rosas no Brasil, aí eles começaram a copiar, quer dizer começaram a piratear, né, compravam muito daquela muda eles faziam outras e não pode fazer isso.

– É, é patenteado então tem que, e aí, eu fiquei sabendo de umas quatro fazendas lá em Minas que os holandeses fizeram um mapeamento via satélite, foram lá e falaram ó cê tem aqui cinquenta mil pés dessa roseira, então é um dólar e alguns centavos cada pé, pra você ficar, pra você sair da clandestinidade, o pessoal preferiu arrancar tudo do que pagar o royalties, hoje em dia Barbacena não é mais referência de produção de flores no Brasil.

– Eu conheço só Barbacena, porque hoje em dia não tem mais como você e e e , ficar na clandestinidade, hoje em dia tudo é mapeado via satélite, tem uma flor chamada Gipsófila uma branquinha, que a gente usa nos buquês, né, pra compor os buquês, esse gipsófila foi patenteada ele foi patenteada pela Holanda e hoje em dia só pode produzir, você só pode comprar se você pagar esse royalties, aqui em Brasília mesmo já teve produtores que conseguiam fazer, plantar, ficar bonito, tudo, mas preferem não pagar.

– Tem, tem umas flores que a pessoa vai à internet e vê que tem uma tal de proteia, proteia é uma flor muito bonita, mas assim (+) a produção dela é muito pouca, né, principalmente no Brasil por que não é uma flor que se adaptou muito no Brasil, pra você conseguir uma dúzia você paga cento e cinquenta reais, pra você comprar uma dúzia de proteia, mas tem noiva que quer proteia, então a gente tem que conseguir essa proteia, mas não é uma flor comercial, pra você comprar e vender aqui como uma rosa, entendeu?

ENTREVISTADO 4

– É:: contar também como se formou as empresas, assim isso? Tá, cara, e e e, minha família é toda de advogados, os meus pais são concursados, então:: tive zero influência de casa, assim, acho que a minha influência foi meio que:: (+), eu sempre quis fazer direito desde moleque, no segundo ano eu comecei a achar isso muito chato por que todo mundo fazia o mesmo e eu ia tá fazendo mais do mesmo e:: no segundo semestre ia ter estágio no escritório de:: um amigo que não sei o quê, então eu achei chato e quis fazer ADM, ali eu acho que, que co// comecei a empreender na minha carreira de empreender, mas escolhi ADM, então, eu entrei na ADM e entrei na AD&M, né, na empresa júnior e:: fiquei um bom tempo lá e:: fiz carreira, diretor de vendas depois fui presidente, só que lá dentro:: é:: eu sempre tava ali com a pulguinha e:: o pov// que as vezes a ADM tem que assim de ah:: vou entrar numa grande empresa, num trainer da vida, vou ser executivo, vou seguir essa carreira:: e bábábá, com coisas até de, de um mundo cor de rosas, de uma carreira executiva assim, e e e, só que a experiência de AD&M, principalmente presidente, eu peguei o ano que o AD&M passou por uma enchente, foi totalmente destruída, que foi quando a UNB teve uma enchente há um tempo atrás, então foi assim, eu tive que desenvolver muito estilo empreendedor assim, de viver muito essa lógica empreendedora por que a AD&M, querendo ou não era minha, eu era dono dela assim como todo mundo que tava lá, mas com responsabilidades muito grandes, é:: daí surgiu a oportunidade do Mister Brownie, Mister Brownie foi criada pela gente, né, é uma marca super antiga em Brasília, desde dois mil, a empre// tava falida, tava na beira da falência na verdade, e a gente soube da oportunidade, meus sócios já tavam na AmBev frustrados já com a

carreira executiva, e:: decidimos fazer uma proposta, e entramos no Mister Brownie, entramos só com o trabalho e:: e foi legal (+) não precisamos botar dinheiro, a empresa tava:: muito mal das pernas e a gente só colocou (inaudível) no capital e:: conseguiu entrar.

– E aí, cara, a Mister Brownie foi um caos, assim, porque era uma empresa que tava, não só falida de dinheiro, mas, estruturalmente, assim, e:: a gestão, não existia assim, tinha:: um milhão de torneiras, eu tinha vinte anos, assumi uma empresa falida que tinha uma fábrica, Brasília não tem cultura fabril, então foi:: (+) a gente brinca assim que foi um pouco da loucura do jovem, né, porque, olhando de maneira racional, não fazia sentido entrar (+) a gente:: quando foi mapeando a dívida chegou a ser mais de setecentos mil reais, então um bando de moleque já sujando o nome com vinte anos, numa empresa com setecentos mil pra trás, mas acaba que foi nossa escola, assim, a gente aprendeu pra caramba. Depois surgiu o Cantucci, Cantucci era um café, mais ou menos na mesma ótica que o Mister Brownie, mas não tava falido, quebrado, com dívida::, só não tava virando, não tava dando certo. E aí a gente entrou e e e, no mesmo formato, sem dinheiro, com trabalho, assumi parte lá do capital, pra criar um propósito, de boa gastronomia a preço justo, transformamos em bistrô, e aí o Cantucci deu super certo, hoje é um dos nossos negócios mais saudáveis ma// melhor assim. Depois disso a gente tirou de dentro da Mister Brownie a parte de venda e distribuição e criou a Pulso, que é uma distribuidora, então, basicamente é uma distribuidora de bebidas e:: alimentos, alimentos e bebidas e atacadista, a gente vende pra supermercado, vende para os pontos de venda::, a gente, né, tem uma estrutura logística, e e e de venda, hoje é a empresa que mais cresce no grupo, principalmente por que a gente entrou no mercado de cerveja artesanal, então hoje somos um dos principais distribuidores de cerveja artesanal em Brasília, a gente tá super bem com esse mercado, é a empresa do grupo que inclusive eu opero, que eu toco hoje. Além disso, a gente tem outros dois projetos, um é o Casa Beer, que é um festival de cerveja artesanal, que:: já teve duas edições, esse ano:: vai ter a terceira edição, e vão ser até duas edições esse ano, que vai se tornar empresa, CNPJ, ano passado foi pra nove mil pessoas, então assim, tá ganhando:: um tamanho que nem a gente imaginava:: e e e, e uma empresa de consultoria que a gente tá abrindo agora. Então a gente tá:: aí acho que usando toda essa experiência empreendedora e é legal que a gente entende quais são os gatilhos que// das empresas, não só os gatilhos, como que é a realidade do empreendedor pra tentar ajudar as empresas ali a sair do outro lado. Então:: essa é mais ou menos nossa trajetória empreendedora, o que que a gente anda fazendo, o que que a gente anda construindo aí tentando, tentando fazer.

– Cara::, primeiro, é:: (+) acho que a inquietude e:: ess// esse foguinho que está sempre ali, incomodado com problemas e sempre querendo fazer coisas novas e ver outros problemas, acho que essa talvez seja uma das principais coisas, essa chama do empreendedor de car// passar por muitas dificuldades, por operações delicadas, empreender é muito difícil é zero o que se pinta hoje, empreender tá na moda, mas cê tem sempre aquela chaminha da realização, de tá fazendo, de legado, então, a inquietude de tá querendo fazer mais, sempre melhorando, acho que essa é uma primeira característica. Acho que a segunda é ainda, é:: coragem, é:: a gente aqui é muito da teoria que se a gente perguntar, cara, eu queria começar a empreender o que eu faço? Cara, pula na piscina, ou, você não sabe se ela vai tá gelada::, se ela vai tá vazia, se ela vai tá quente::, (+) pula na piscina é aquilo assim, tenha coragem, em vez de ficar no vai não vai, pula, né, então, o empreendedor é um cara corajoso por si só, porque é um cara que assume os riscos, ainda mais falando do mercado de Brasília, que você tem algumas opções seguras, como o concurso, empreender (+) se torna ainda mais corajoso, e e e, (+) o, o segundo e aí é algo que é, cê não vê

em todo empreendedor, mas pra mim é uma premissa do empreendedor, que é o apaixonado, a paixão, muitas vezes (+) em alguns momentos se começa pela razão, tem gente que empreende pela grana, vou ter dez franquias, tá pensando só na grana, mas, cara, é muito pesado pra só o ego e a grana te manterem, então::, em geral, o empreendedor é um cara apaixonado, apaixonado pelas ideias, apaixonado pelo que faz e::, por esse espírito de realização, né, eu coloquei como uma das características (+) e e, pensando aqui em mais pontos, ah, eu acho que, assim, tem, tem várias coisas que, por que acaba que o empreendedor, ele tem que ter, e aí eu acho que é uma característica essa resiliência, porque cê tem que assumir vários papéis, em diferentes momentos, cê (+) é, é o líder, cê é o cara que opera pra cacete, mete a mão na massa, mui// em empresa pequena não tem não tem essa por que tô aqui definindo o que as pessoas fazem, cê tem que meter muito a mão na massa, cê tem que resolver muito problema, cê tem que tá pensando no grande, tendo a visão estratégica, então cê é um cara muito resiliente, cê tem que tá em muitos papéis, cê tem que tá tendo, tem que ter né, o quê da visão financeira, o quê do técnico, do negócio, do business que cê tá, e e e, cê tem que ter uma parte de inteligência emocional, humana, então cê tem muitos papéis, cê tem que ser muito resiliente, ape// são algumas das características, talvez em lembrei de outras que:: são importantes, eu, eu coloco.

– Cara, é, a gente hoje se chama de três V, que é o nosso grupo, e e e, que, enfim, é esse conjunto de empresas, é, a gente hoje chama de três V, e meu papel hoje tá inserido dentro da Pulso, muito de ser o cara comercial, mas também, ser o cara das pessoas, gerir de tá agregando equipe, as pessoas tarem num ambiente que elas estão confortáveis pra poder entregar os resultados(+) ((ri)), e a coisa acontecer e acaba que a distribuição:: é um negócio de margens apertadas, é um negócio muito duro, de muito estresse, uma operação muito estressante, você. Então no começo eu não entendia muito como uma função, mas hoje eu já vejo como uma função que eu tenho que dedicar horas, que às vezes tá ali, pra, às vezes fazendo uma brincadeira, tá ali tornando a coisa mais leve, o clima tá acontecendo, ajudando as pessoas pequenas mais pra máquina continuar a andar, isso é um gerente comercial, que é um cara que tá ali pensando como crescer. E dentro do três V acaba que é muito de trazer negócio, essa é muito a minha função dentro do grupo, é de tá, querendo ou não pela experiência de AD&M e tudo, acaba que meu nome ficou um pouco mais forte em alguns meios, a gente somos quatro, mas meu nome // então, é minha função tá trazendo novos negócios, novas oportunidades, projetos de consultoria, outras possibilidades de crescimento, então é de tá sendo esse cara que é um pouco de RP, assim, de Relações Publicas do grupo, de tá fazendo uma rede, mas de tá trazendo:: negócios, então:: é::, hoje essa é muito minha função é, de dia a dia de fato assim rotina, é um misto de resolver, e aí que vai a resiliência em que pro oito alí tá resolvendo problemas operacionais coisas muito estressantes cê tem que tá no oitenta de ter a cabeça estratégica, de falar espera aí, agora não é hora de apagar incêndio, a minha hora aqui, se eu fizer isso aqui ela é muito mais e// eu vou gerar muito mais valor pensando numa coisa estratégica que vai gerar um resultado muito maior do que tá resolvendo algumas coisas operacionais. Então é cê tá todo dia ali, indo pra operação e saindo com o estratégico, saindo do estratégico e:: trazendo negócios, né, trazendo mais oportunidades, mais possibilidades pra gente, né.

– Cara, acaba que na época de AD&M a gente teve muito contato com o mundo empreendedor por que, enfim, a gente tinha que fazer projeto de consultoria pra empreendedores, então a gente tinha, mas (+) nunca tive, é, enfim, tem pessoas que eu admiro, grandes empreendedores que eu admiro, mas eu nunca tive talvez um ídolo ali de tocar, uma pessoa mais próxima, que fale pô, você, acho, acho que é um cara que eu me espelho, que eu vejo assim. E essa foi uma coisa que a gente sentiu

falta e eu sempre falo, uma das coisas que parecem muito bonitas do empreender que é a liberdade, né, ela é muito delicada, né, a liberdade é carregada junto com a responsabilidade, né, e:: não ter chefe parece que é um alívio, mas não ter chefe é, desculpe o termo é “foda”, né, muito difícil, cara, olha, cê não tem chefe, você é a última escala, cê não tem alguém pra se apoiar, não tô falando se apoiar de, ah, não tô fazendo nada, tô me apoiando no meu chefe, você não tem alguém pra dividir a respon// a responsa, sério, se algo der errado, amigo, a culpa é sua, ponto, não tem alguém que posso fazer aqui mais ou menos nesse caminho? Então a gente sempre sentiu essa falta, como a gente começou muito novo, eu nunca trabalhei(+) em algum lugar, eu só fiz AD&M e fui direto pra empreender, então, nunca tive:: carteira assinada num ambiente:: que eu tinha ali e tal, então acho que essa experiência de chefe sempre foi algo difícil, (+) fez falta, talvez, não ter a figura ali inspiradora que a gente tivesse como:: um exemplo, a gente chegou a ter (+) cheguei a ter (+) sentido muito essa falta, procurar mentores, tive duas pessoas ali, mas aí a jornada empreendedora já estava acontecendo, não foi algo prévio, sabe? E e e, que foi::, o mais conhecido é o Renato, o Renato Santos, que ele foi até do O Aprendiz, foi um dos jurados do O Aprendiz, é empreendedor Empretec ali no SEBRAE, um cara muito empreendedor que nos ajudava ali como mentor, mas não tinha muito essas, da imagem, da figura.

– Considero, cara, assim, hoje eu me sinto num momento de maturidade nessa loucura empreendedora, cara, o que acontece é que muita gente acaba entrando no mercado executivo, cansa, sai e vai empreender, mas já vem com uma bagagem, né, desse mercado, a gente teve que, a bagagem que a gente construiu, que todo mundo tá construindo na grande empresa a gente constrói já empreendendo, então, meio que eu não sei fazer outra coisa senão empreender, ou tá muito no meu sangue assim, tá muito no meu DNA. Engraçado, às vezes a gente tem até que se conter por que sempre tem coisas novas, oportunidades muito legais e a gente tem falar, cara, a gente precisa de foco, mas, puta, isso aqui não dá pra falar não, e e e, então (+), assim, acho que eu me considero bastante empreendedor hoje (+). Cara, é:: muito assim de:: (+) ir a público pra falar sobre empreender t//males e coisas boas sobre isso, sei lá, por exemplo, eu dei uma aula de // não sei se cê conhece a Perestroika? É um // pô eu dei uma aula mu// no curso de empreendedorismo criativo, que foi sobre empreender na real, vamos tudo muito bonitinho no mundo Start- Up, parara e tal, mas vamos falar de empreender na verdade, cara, não é esse mundo cor de rosa (+).

– Cara, (+) eu acho que o que seria legal, talvez até pelo objetivo que você me deu, entendeu da pesquisa? Seria legal eu falar um pouco como eu tenho entendido Brasília, essa rede empreendedora aqui, e e e, e algumas dificuldade e problemas que a gente encontra (+) Primeiro e e e, Brasília ela::, por uma série de motivos, (+) ela é uma cidade muito pouco competitiva, e que cê não tem a competição da// que a gente tá num ambiente capitalista, não entende a competição como algo positivo, e e e, cê não tem esse ambiente te pressionando a ser melhor, por quê? Você tem um serviço público uma competição medíocre, porque ele traz premissa, né, ele nivela de tal forma que ninguém está motivado a ser muito melhor por que tem pessoas não sendo muito melhores e ganhando muito mais e trabalhando muito menos (+), então, longe aqui de mim, falando mal do serviço público, tá, até por que meus pais foram, eram pessoas que eu admirava pra caramba e trabalhavam muito::, mas, eu tive pessoas que eram medíocres, que estudaram durante um ano, passaram, tão ganhando nove paus de cara::, (+) pessoas que eram geniais, que tão no mercado privado, tão ganhando quatro, cinco:: e que acabam se frustrando, porque aquele cara medíocre tá lá ganhando nove, dez e o cara taá ganhando quatro, cinco. Então, por natureza,

é um mercado pouco competitivo, mas cê tem, acho que cê tem esse momento de aceitação de Brasília:: enquanto uma primeira geração ali, uma primeira, segunda geração de Bra// nascido e criado em Brasília:: e amando mais Brasília e valorizando mais a cidade, e e e, e junto com isso uma:: rede, empreendedora se formando, e e e, e que é legal que cê tem uma rede empreendedora tradicional da cidade, que basicamente são // é umas famílias tradicionais, pessoas que já empreendem há muito tempo, em ramos tradicionais, que é a construção civil, praça de alimentação, né, serviços, cê tem muita gente tradicional aqui, mas cê tem uma nova galera chegando de uma economia criativa pesada, uma economia super colaborativa, dado aí ocupação urbana, e e e, lojas colaborativas, novos modelos de negócio, e e e, empreendedores muito mais abertos a colaborar e:: tá e a fazer junto né, a lógica do “tamojunto” então, e a gente pode tá falando aqui de mil movimentos, a própria Perestróika entra como um, o Piquenique, enfim, mil movimentos de ocupação urbana, então ela tem de entendimento essa rede empreendedora mais forte (+). Então, Já existe hoje uma galera bem conectada, uma galera próxima, que tem se ajudado, que tá fazendo, então, tem sido bonito de ver o quanto que isso tá crescendo::, o quanto que tá vindo mais gente pro time de cá, frustrada com os modelos tradicionais do serviço público, das grandes empresas, vindo pro time de empreender. O que me assusta um pouco é pela falta de competição que às vezes as pessoas não chagam tão bem preparadas, ou vem com premissas de empreender fácil, que:: não é a realidade, né, e e e, mas é uma rede se fortalecendo e amadurecendo assim, dando passos largos, acredito que estamos dando passos largos, tem hoje uma galera bem fazedora em Brasília começando a levar coisas daqui pra fora.

– Cara, sim e não, sim e não, eu acho que, assim, como a gente tem uma cidade muito pouco fabril, muito pouco primeiro e segundo setor, a gente tem muito mais setor de serviços, né, acaba que a cê tem o foco total de atendimento e por termos uma população pouco competitiva:: a gente tem pouco acesso à mão de obra qualificada e:: (+) aí talvez esteja um dos maiores problemas do atendimento, não tá necessariamente no empreendedor, está em ter uma dificuldade muito grande em acessar gente boa::, e também, claro, né, tem o pequeno empreendedor no setor competitivo, mas é::, eu não vejo tanta associação entre ser essa galera colaborativa com a melhoria de serviço, eu vejo talvez uma galera mais aberta a mudar e a estar em constante melhoria, com o pensamento mais ali de Start-Up, de ser um pensamento sempre Beta, né, cê tá sempre em construção, cê não tem, bom, agora cheguei na fase final, cê tá sempre ali Beta, acho que talvez é uma geração mais aberta a melhorar, sempre, isso pode gerar uma melhoria de serviço, mas eu não acho que há uma, uma correlação tão clara assim.

– Co// como assim? Comparativamente ou, empreender sem dificuldades? Em geral?
– Quem, quem essa galera colaborativa?

– Não, mas assim eles só são exemplos, tá, ah, mas cê tem, hoje, cara, uma série de negócios sociais, uma série de negócios colaborativos, cara, hoje, querendo ou não são empresas mega tradicionais, são restaurantes e distribuidoras, fábrica de brownies e tem (+) uma “porrada” de colaboração dentro, estrutura totalmente horizontal, não tem muito essa de cargo aqui dentro, eu não cobro horário, por exemplo da equipe::, então cê, não quer dizer que é um negócio totalmente estigmatizado, como o Piquenique, que é colaborativo, que não seja, então assim, é uma galera que tem agência de publicidade hoje::, cê tem, enfim, muita gente mesmo indo pra esse lado da economia criativa, tentando empreender de um jeito diferente, tá, não necessariamente na produção só de eventos, mas empreender é punk, tem muita dificuldade, sempre e empreender desse jeito

colaborativo as vezes cê tem mais, porque qual que é a lógica do colaborativo? É a escassez e a abundância, a premissa, que a gente foi criado o nosso estilo é industrial, é a escassez, não tem pra todo mundo, dado que não tem pra todo mundo eu preciso guardar, dado que eu guardo e acumulo muito não// acaba não tendo pra todo mundo, então, cê tá num ciclo de escassez, e as pessoas tradicionais pensam com essa escassez, acaba que a nova economia pensa de maneira abundante, tem pra todos, dado que não tem pra todos eu não preciso ter uma reserva de mercado::, ter muito mais dinheiro junto comigo, ter ali uma segurança, segredo das informações, então, dado que é abundante e tem pra todos e eu não estou guardando tanto sobra mais recurso, dado que sobra mais recurso tem de fato pra todos e o ciclo se completa, então, basicamente são formas diferentes de cê entender o capitalismo, de ce entender a coisa, cê entender que o sistema é escasso ou que o sistema é abundante. Então, e aí cê tem diferentes perfis de empreendedores e diferentes pessoas, então cê tem hoje o ambiente empreendedor de Brasília com esses dois perfis, cê vai conversar com o dono do Beirute, é um cara novo assim, o filho né, tem uma cabeça super aberta e tal, mas ele é um cara mais tradicional, e aí cê vai conversar talvez com uma galera mais nova, que tá fazendo outras coisas, já é uma cabeça de uma galera mais diferente. O que não quer dizer que você tenha pessoas tradicionais, muito tradicionais, novas, tradicionais, e pessoas antigas mega renovador, mas esses dois perfis são bem claros aqui em Brasília.

ENTREVISTADO 5

– Bom, nós temos a:: empresa:: que nós criamos em dois mil e onze, que é:: (Inaudível) quinze tecnologia, né, e:: durante a criação dessa empresa, ela foi voltada a:: colocar alguns produtos que:: nós profissionais, tin// tinha sido desenvolvidos uma época aí que estudavam na UNB, né, e de voltar, de transformar esses produtos em produtos comerciais, né, eu sou:: o:: presidente da empresa e os dois profissionais são sócios na empresa, então, a:: planilha que eu trabalho, minhas atividades, são voltadas mais pra:: área de administração da empresa, né, da parte burocrática da empresa, da parte muito a missão com as obrigações de impostos da empresa e eles são voltados pra parte técnica, pra parte tecnológica da empresa.

– Exatamente, transformar aquela::, aquela ideia de produtos inovadores em negócio da empresa, né, colocar esses produtos em mercado.

– Sim, empregado não só a parte do esforço da mão de obra que também tem seu custo considerado na empresa, ccomo também sou a parte investidora, né, não só mantenedora do salário desses profissionais enquanto a empresa não produz, mas também o investimento de comprar os insumos para a confecção dos produtos.

– O empreendedor é aquela pessoa que:: aceita desafios novos e acredita na, na possibilidade daquele produto de:: de ver prazer, não só retorno financeiro, quase um retorno social gerador de empregos, de:: de poder colocar quase uma empresa no mercado, gerando impostos e contribuindo com a sociedade e::, no caso aqui no Distrito Federal.

ENTREVISTADO 6

– A empresa começou por que somos todos daqui da universidade mesmo, cada um fez algum

projeto quando tava na graduação::, ou mestrado, ou pós graduação, etc. É:: a minha sócia é da Educação Física, eu sou da Engenharia e a nossa empresa é uma empresa de Engenharia, mas que desenvolve equipamentos pra área de esportes. E e e, a primeira ideia de produto que a gente teve foi, tinha, pra botar uma empresa foi por conta de uma pesquisa que ela havia feito e aí havia criado um equipamento, mas precisava de gente pra construir e acabou que a gente se encontrou por meio de pessoas em comum e começamos a refletir se dava pra montar uma empresa em cima disso, se a gente e e e, se tinha como fazer isso ir pra frente. Ela tava terminando uma tarefa da vida dela, eu terminando minha graduação e precisava de alguma coisa pra fazer pós graduação, eu não sabia se eu ia trabalhar em algum lugar, então a gente resolveu montar uma empresa. Bem nessa época, foi quando tava abrindo o edital de incubação daqui e aí a gente resolveu participar e submeter a nossa ideia, eles avaliam e veem se a sua ideia faz sentido, se você tem como ir pra frente e aí te dão uma oportunidade de receber consultorias e algumas acessórias aqui dentro pra desenvolver sua ideia. Foi assim que a gente começou a empresa em (+) agosto do ano passado, mais ou menos, em outubro a gente entrou no edital de incubação, a primeira fase são seis meses pra você desenvolver a ideia e foi exatamente o que a gente fez, trabalhamos pesquisas com pessoas, pra ver o que as pessoas querem no mercado, pra saber se alguém quer o nosso produto, porque não adianta fazer alguma coisa e assim ninguém querer. E:: isso até março desse ano, março desse ano a gente efetivamente abriu a empresa (+) e aí a gente conseguiu, no final de dois mil e quinze, um financiamento pra desenvolver o nosso produto, e:: também entramos na incubação de verdade, era hora de montar uma empresa de verdade, formalizar, toda burocracia, etc. Virar uma empresa, e, a partir daí a gente começou a desenvolver o produto, começou em março, ah:: em// no meio do ano, em julho mais ou menos ele tava um pouco mais formatado já tinha algo mais protótipo, a gente levou pra feiras workshops e:: pra ver o que as pessoas falavam, né, colocamos em clínicas, hospitais e etc. É um produto, apesar de ser esportivo, é um produto pra área médica também, então, levamos pra vários clientes pra ver o que eles achavam e agora a gente tá numa fase de, e e e, terminar um produto que seja vendável de verdade, melhorar o protótipo que a gente já tinha feito. Acho que eu andei rodando demais, né, na pergunta de:: (+) ((ri)) de como é que é a empresa, mas é que foi meio assim, não foi:: nada a gente planejou na verdade, as coisas foram acontecendo e:: a coisa foi desenrolando.

– É, eu a Fernanda.

ENTREVISTADO 7

– Olha::, na realidade eu peguei a empresa já construída, né, ela não tava pronta, mas ela já tava construída, ou seja, a empresa já estava incubada aqui, eu prestava consultoria pra eles, e por algum problema ali entre os sócios divergências eles resolveram que iam fechar a empresa, eu falei não, eu vou assumir a empresa, vou ver o que que eu faço na empresa, então foi uma questão de oportunidade naquele momento, e e e, mas isso, eu não posso dizer que essa construção começou::, nesse momento::, tá, como eu fui gerente aqui no CBT durante dez anos, então eu conheço bem o ambiente da universidade, onde é que estão as tecnologias, quem desenvolve:: o que que tem de patente, quem que pode ser licenciado, né, (+). Quando eu assumi eu não tinha nada em vista, quase::, um pouco mais de dois meses, eu já tava com, com a patente já negociada pra licenciamento da empresa::, e a gente passou a desenvolver em cima dessa patente que é da universidade, entendeu? Hoje a gente já tá com um produto já bem avançado:: faltando pouco pra ser lançado no mercado, não é só um produto, a gente acabou licenciando dois produtos pra área

de saúde (+) um é um bracelete pra alertar a aproximação de um episódio de fluxo sanguíneo, e outro é um dispositivo que ajuda na cicatrização de:: em feridas de pés de diabéticos, né, então (+) na realidade, a moléstia:: é::que eles chamam de pé diabético, que são feridas que dão na ponta do pé, como o diabético já tem dificuldade pra cicatrização, sendo na ponta do pé// se ele tá pisando todo dia, então, ela não cicatriza, ah(+), a pessoa acaba ficando imobilizada:: então, ho:: os, os processos hoje, disponíveis no mercado levam em torno de noventa dias, ou mais, né, e o nosso dispositivo pretende reduzir isso pra menos de quarenta e cinco dias, ou seja, metade do tempo. Ah(+), bom, então assim, a trajetória (+) pra construção da empresa basicamente foi essa, né, a empresa já constituída pode apostar numa consultoria na área de produtos, e::, acabou que surgiu a oportunidade.

– Bom, basicamente eu atuo assim na gestão, né, ou seja, a parte de desenvolvimento eu não tenho:: habilidade pra isso, eu sou administrador.

– Bom, então, são três produtos, né, esses dois que eu te mencionei, que é o sistema de ablação hepática que é pra tratar tumores no fígado::, né, fo// menos invasivo:: (+) e::, bom, tá em fase de::, de desenvolvimento, ainda bem inicial esse último produto::, (+) mas a gente tem três engenheiros (+) dois desenhistas industriais, ou estudantes de desenho industrial, e um estudante de engenharia da computação::.

– Eu posso me considerar empreendedor, mesmo antes de ter empresa eu já era um empreendedor, muito mais atitude né, e menos, vamos dizer assim, empreendimento, né, eu acho que cê // a atitude do empreendedor é//você ser empreendedor em qualquer função que//você se considera empreendedor.

– Bom, o que é ser empreendedor, primeiro:: é você ter a inquietude, né, de:: se você ver algo que tá:: que não tá:: que não tá muito ok, ou seja, o (inaudível) estar ok ou não estar ok depende muito:: pra você uma coisa pode tá ok e pra mim não tá:: (+). Então, algumas coisas me provocam inquietude, in// ineficiência, ineficácia (+) e::, eventualmente::, isso pode levar, ao, ao, mau funcionamento, de um determinado processo. Quando se chega e conserta aquele processo, esse é uma espécie de empreendedor, ele tá empreendendo, né, ou seja, cê tá usando as suas habilidades pra tentar corrigir um processo que tá inefetivo, que não está atingindo aquilo que deveria atingir, tá, então, como característica empreendedora, primeiro eu acho que tem que ter inquietude, de não:: aceitar tudo como tá. A outra característica é//aa// é, depois da inquietude:: você buscar a solução pra aquele problema, entendeu, depois de ter encontrado aquela solução, aí a próxima característica é a capacidade de mobilização.

– Então, primeiro a inquietude, né (+), buscar a solução (+), né, mobilizar e vender, então se você tem a:: inquietude::, não adianta só ter a inquietude, né, cê tem ir lá atrás da solução, quem que vai resolver aquele problema, as vezes você sabe o que que resolve, mas você não tem a capacidade, aí você mobiliza, você mobiliza a si próprio, você mobiliza terceiro, ou mobiliza recursos pra resolver o problema, se aquilo for vendável você vende. Então, inquietude, né, buscar solução, mobilizar os recursos, ou qualquer coisa, e o último são ser vendedor, você também tem que vender o que você oferece ou soluciona.

ENTREVISTADO 8

– Cara, então, e e e, eu na verdade::, eu me formei em publicidade::, e aí:: fui pro caminho tradicional dentro da publicidade e agência de publicidade que atendia conta de governo aqui, que é uma realidade do// da publicidade aqui em Brasília, e e e, fiquei:: de dois mil e onze// de dois mil e dez até dois mil e treze, até o final de dois mil e treze, então foram quase quatro anos aí, atendendo CNI, GDF, Ministério da Infraero, Ministério do Turismo, e tal, coisa mais tradicional, e aí vim aqui pra (Look), saí da agência que eu tava, passei por duas agências, a gente tava bem infeliz, pô, é chato trabalhar pra, pra:: governo, as coisas muito duras, muito engessadas e muito e::, e eu já tinha vontade de fazer uma coisa mais com a minha cara, de entender, de criar um negócio do zero assim, mas aí vim com a agência aqui pra (Look), que é uma agência de::, de uma galera nova::, de uma galera que não é da publicidade, que:: é empreendedora assim na veia, sabe? E e e, e aí, quando eu entrei aqui, esse meu lado empreendedor foi despertando cada vez mais e aí eu fui entendendo um pouco mais o que era empreender, qual que era o “role” e tal, e::, falei, não, é isso, eu quero abrir uma empresa:: o:: a:: galera daqui:: que::, os donos da (Look), né, que:: tinham outros negócios também, outras iniciativas ((ri)), e e e, e aí eles estavam empreendendo outras coisas, e eu falei, ah, beleza, é isso, cheguei pra eles, também já não tava tão feliz fazendo o que eu fazia aqui dentro da agência trabalhando com os clientes, e aí falei pra galera, falei, cara, eu tô querendo abrir um negócio e:: acho que vocês seriam os melhores sócios que eu poderia ter, bora fazer? Bora fazer, e aí a gente foi:: pra externar que tipo de negócio que a gente queria fazer, e aí, uma das coisas que ficou mais assim em evidência foi que a gente queria empreender com propósito, a gente queria empreender, fazendo alguma coisa que:: mudasse o mundo, fazendo alguma coisa que de fato tivesse um impacto positivo, dentro do seu co// assim, na sua essência, e:: aí a gente teve essa ideia, que veio de um, um dos sócios hoje que é o (Fulan ?) aquele que eu estava conversando lá embaixo com ele, ele já veio com o nome já, falou, cara, vamos fazer uma “camiseteria” que chama Because e as coleções apoiam causas sociais, e aí uma parte da grana vai pra essa causa social, e aí todo mundo pirou na ideia, “porra”, “caralho”, vamo fazer, vamo fazer, e aí eu, até então tava trabalhando aqui, continuei, fiquei dividindo meu tempo entre as demandas que eu tinha aqui na agência e:: e as demandas que a gente tinha pra começar a criar esse negócio e tal, planejar, fazer plano de negócio e tal, a marca::, e e e, e aí a gente se inscreveu numa::, numa maratona de negócios, de negócios sociais, no Acelere, que é um acelerador de negócios e tal, eles fizeram uma maratona, uma competição, foram dez projetos selecionados, e o ganhador ganhava:: quinze mil reais em serviços do Acelere, em acessoria, consultoria e algumas coisas, assim, a gente participou, o nosso projeto ganhou, e aí, a partir desse momento a gente falou, beleza, vamos tocar esse negócio, aí eu saí da agência, saí da operação da agência, fiquei full do negócio pra poder levantar ele, e::, e aí foi isso, a minha trajetória até chegar no, na Because e:: começar uma ação, pra tentar tirar esse negócio do papel foi mais ou menos esse caminho.

– Claro, claro!! E, tem um::, uma coisa que a gente aprendeu ao longo do caminho aqui::, no começo da história a gente não tava se entendendo como uma empresa de moda, apesar de:: ser uma “camiseteria”, a gente tava muito mais focado na questão das causas sociais, e// a // nas causas e tal, e aí, foi até uma coisa que veio dessa mentoria que eu te falei que a gente//dessa maratona que a gente:: participou dessa competição, que um dos mentores lá trouxe pra gente, foi essa coisa de::, cara, vocês querem trabalhar com impacto positivo, vocês tem que olhar pra toda a cadeia, então vai olhar, vai conhecer melhor qual que é a cadeia, como é que é pra produzir uma camiseta, e como que vocês podem impactar positivamente toda essa cadeia, não só ter uma, uma divisão de

lucros pra uma:: pra causas sociais, e aí a gente:: entendeu que:: moda:: a indústria da moda é um negócio assim completamente bizarro assim, é um câncer mesmo da sociedade, a indústria da moda é a segunda maior poluidora:: do mundo:: polui água, as tintas tem muito:: químicos, isso tudo é descartado na água, mata a fauna, e e e, torna a água não potável, né, tal, contamina pra//pras comunidades ribeirinhas, é um (+) problema muito sério, ela é segunda maior poluidora, é a segunda maior consumidora de água, então assim, se consome muita, muita, muita água pra produzir roupa, desde o plantio do algodão até o processo de fabricação, o processo de lavagem, por exemplo, uma camiseta dessa, uma camiseta de algodão, se gasta em média nove mil litros de água, pra produzir uma camiseta, pra produzir uma calça jeans se gasta em média onze mil litros de água, então assim é um negócio absurdo, só pra fazer uma comparação, um banho de quinze minutos são cento e sessent// são cinquenta litros de água, então cê pensa, pô, a gente tá aqui fazendo a nossa parte pra, pra:: economizar, num, num escovar o dente, que escovar o dente gasta onze, doze litros de água e a gente economiza nesse pouquinho e, a cada vez que a gente compra uma:: calça jeans, cada vez que a gente compra uma camiseta a gente tá, e e e, consumindo, indiretamente, vai estar consumindo essa quantidade toda de água, né, então é um negócio bem, bem absurdo, pra gente foi bem chocante, a gente não tinha ideia desse negócio. Tem uma outra questão, que é a questão do algodão, e e e, a gente trabalha com algodão orgânico por que o algodão normal ele::, ele é muito tóxico, o plantio do algodão, então, assim (+), o algodão, dentro da agricultura o algodão representa três por cento da agricultura mundial, o que se produz na agricultura três por cento é algodão, e a plantação de algodão consome vinte e cinco por cento de todos os pesticidas fabricados no mundo, então assim é:: um negócio tóxico, onde se planta algodão não nasce mais nada, porque é uma carga de pesticidas muito grande pra poder o algodão vingar e poder a galera colher, então, isso::, a região do Texas, ali, a região do sul dos Estados Unidos é uma das maiores produtoras de algodão do mundo (+) e lá, tem inúmeros problemas da//de//das pessoas com síndromes, com o desenvolvimento de algumas doenças que são causadas pelo uso excessivo de agrotóxicos, na//nas plantações de algodão. Então, o algodão também é uma parada bem bizarra, então, quando a gente usa o algodão orgânico, a gente diminui em noventa e dois por cento o consumo de água, então ao invés dos nove mil litros de água, isso aí cai para:: novecentos, um pouco mais do que isso, enfim, também não tem esse problema, não se usa essa quantidade de pesticida, pra, pra poder cultivar o algodão orgânico, que é uma coisa bem mais, cê consegue plantar outras coisas junto duma plantação de algodão, o algodão também tem essa coisa, ele contamina o solo, então, aquele solo a gente nem sabe, tem estudos e tal, mas também como tem muita pressão da indústria têxtil pra que isso não seja divulgado, pra que isso seja mantido aí, debaixo dos panos, é, mas tem muitos estudos que falam que contamina muito o lençol freático, que tá ali por baixo, eu, eu nem vou entrar nesse detalhe por que eu não tenho muito conhecimento de causa, mas assim, é um negócio que contamina a terra, o solo de um, de tal maneira que a gente não consegue mensurar o impacto que isso vai ter num futuro próximo, entendeu? Então, tem alguns filmes que falam disso, o próprio The true cost, que é um filme, um documentário muito legal que fala sobre a indústria da moda, tem no Netflix, e eles falam dessa questão do plantio do algodão, que é bem trash. E não é isso, assim, a gente viu que a indústria, a cadeia da moda ela é muito::, muito cruel e isso// pro meio ambiente e pra sociedade se você for pensar que os casos de::, de trabalho escravo, cê tem aí o//a Zara, cê tem aí a (inaudível) e que//que rolou no Brasil uma marca que era vinculada ao grupo da Brookfield e tal, mas, Brookfield, né? Mas, é uma prática normalizada assim tipo, como você tem essa questão de, ah, eu preciso chegar lá na ponta com meu cliente com uma::, com um valor competitivo, sei lá, na Zara você consegue comprar uma blusa de trinta conto, de quarenta reais, então eu tenho que:: entregar uma peça que tenha

mais ou menos esse preço, só que a cadeia da moda ela é grande, ela passa desde a compra do rolo do algodão até alguém que vai fazer o molde, alguém que vai cortar, alguém que vai costurar, e e e, e são muitas pessoas, essas empresas grandes, elas, contratam uma empresa que subcontrata outra, que subcontrata outra, quando cê vê, a galera tá “quarterizando” “quinterizando” os serviços, e e e, essa prática é muito, normalizada, em São Paulo tem muito boliviano, a galera vem da Bolívia por que::, enfim, a economia lá, se tá ruim pra gente, pra eles tá muito pior e eles vem pra ganhar coisa de centavos por dia, um salário bem trash, e e e, então, essa é uma questão que a gente tem que olhar também pra moda e:: e gente tem olhado pra isso, trabalhando com um parceiro que tem aquele, e e e, a galera da Plano Social de São Paulo que trabalha com a mão de obra de ex-detento, então eles pegam, só contratam ex-detentos, é uma galera que::, por via de regra, não tem oportunidade de reinserção no mercado de trabalho, porque existe muito preconceito, e eles recrutam essa galera, dão o treinamento, capacitação, acompanhamento psicológico pra eles, pras famílias dos funcionários e pagam salários justos assim, porque dá pra pagar um salário justo, cê vai ter um acréscimo no, no seu preço final com o consumidor, mas a:: alguém tá pagando por isso, não pode ser tu tá trabalhando em condições, e e e, enfim, de um trabalho que é análogo à escravidão, então, e e e, eu me estendi demais. Né ((ri)).

– Ah, cara, eu acho que, eu acho que a principal coisa e a gente fala muito disso é o mão na massa, é a ação, é beleza, vamos, tira, tira a bunda da cadeira e vamos fazer. Nesse processo de conhecer a cadeia tem muito de::, cara, a gente quer entregar um produto, que é um produto de moda, então vamos atrás. A gente fez muito::, mapa, a gente visitou muita loja, a gente se conectou com uma galera, reunião, pra conhecer como é era o processo, pra conhecer de onde que eles compravam matéria-prima, então, tem muita curiosidade também, tem muito estudo, tem muito de, beleza, a gente tá se propondo a fazer um negócio que a gente não sabe fazer, que é moda, vamos estudar, vamos conhecer gente, vamos conversar com a galera, vamos entender o que que está rolando. Então acho que essas características, essa curiosidade, e e e, fazeção, mão na massa, e e e, inquietação, inquietude, vontade de estudar, de conhecer, e e e, eu acho que, tem bastante disso na vida de qualquer empreendedor, os meninos que criaram a agência, por exemplo, nenhum é publicitário, hoje, já são seis sócios, né, da agência, começaram com dois, já são seis, eu sou um deles, tem eu e um outro menino que começamos trabalhando aqui e acabamos virando sócios da agência, que somos publicitários, mas eles ficaram um bom tempo com dois sócios, depois um terceiro, que ninguém era publicitário. Então teve muito disso de, beleza, vamos conhecer o que que é a publicidade, por// de negócio eles entendem, beleza, mas se cê tá abrindo uma agência de publicidade tem que conhecer o negócio, então, conversar com gente, visitar, visitar agência de publicidade, lê pra “caralho”, lê, e:: temos um sócio que é tarado por leitura e ele trouxe muito isso para o nosso time, que é, cara, hoje, a quantidade de cursos on-line que você tem, a quantidade de, de trabalho acadêmico, a quantidade de:: matéria, de pesquisa que você encontra na internet, que você, sabendo procurar, você consegue acessar facilmente, muito conteúdo, cara, a gente tem que usar isso ao nosso favor, qualquer empreendedor tem que ter isso, tá sempre//planejar, planejar dentro dum, dum, acho que essa é uma característica importante também, saber se planejar, é, pra todo empreendedor, e e e, mas planejar dentro do seu tempo e dentro das atividades que você tem a fazer, eu quero abrir um negócio, é importante que// ter um espaço ali de estudo, vou ler, vou fazer um curso, pra aprender que porra é essa aqui, pra ter cada vez mais conhecimento do mercado que cê tá inserido, pra poder, né. Hoje, eu não me considero ainda um cara que entende muito de moda, um cara que, sabe, um cara que, referência, que posso conversar disso num nível de// não me considero, eu me considero assim um beginner assim total, iniciante, mas a gente:: já::

conseguiu estudar muito, já consegui aprender um monte de coisa que a gente não fazia a menor ideia quando a gente começou essa jornada, então, eu acho que é isso, assim, curiosidade, vontade de aprender. E e e, não sei que característica que, que:: que é essa característica do estudante, mas é coisa do ir atrás, sabe, e e e, do planejamento, então características fundamentais pra qualquer empresa, qualquer empreendedor de qualquer área, qualquer idade.

– Cara, eu acho que o, o principal mesmo foi o pessoal aqui da agência, e aí, era uma relação mais de::, eu era funcionário deles aqui na agência, então tinha assim essa relação, mas a gente sempre foi muito amigo, aqui, na verdade essa é uma:: coisa que faz parte aqui da cultura da empresa, aqui da, da Look, e e e, que é essa coisa da amizade, então, eu vi de perto eles liderando aqui a agência, empreendendo a agência, empreendendo um clube de tatuagem, um clube de cerveja, uma indústria de picolé, que eu ajudei a criar a marca também, participei do processo de criação, então eles sempre foram muito essa referência de, galera que tá empreendendo, que tá aprendendo depressa, corre atrás, como é que eles tão lidando com isso, quais são as dores, eu acho que foi essa galera que eu acho que me inspirou mais, e que me trouxe mais pra dentro desse universo. Teve também a galera que, que eu estudei junto com eles no ensino médio, que é o pessoal da Mister Brownie, do Cantucci, tem uma distribuidora também, que são amigos bem próximos, que eu cheguei a trabalhar com eles em algumas, em algumas oportunidades, e e e, com entrega de comunicação, de consultoria pra eles pra, posicionamento de marca, de algumas coisas com eles e, pela proximidade de ser amigo, também acompanhei esse processo desde que eles compraram a Mister Brownie lá e aí abriram a Cantucci aí, acompanhei de perto, mas acho que as maiores referências assim foram dos meninos aqui da agência mesmo.

– É, então, eu acho, eu tenho a impressão de que::, essa, a nossa geração, a geração do milênio, geração Y, essa galera:: da nova juventude, eu acho que todo mundo tem um pouquinho desse:: desejo empreendedor assim, eu acho que é uma galera que// um pouco mais, mais mão na massa e eu me considero:: parte desse time:: aí dessa galera que eu acho que desde lá atrás, desde a época da faculdade acho que eu sempre tive uma vontade muito maior de come// ter um negócio próprio do que ser funcionário ou virar funcionário público, acho que em mim sempre teve essa vontadezinha numa mistura de:: quero caminhar com as próprias pernas, como eu quero desenhar alguma coisa que faça sentido pra mim, que eu me orgulhe de ter feito e que, as vezes eu não vou encontrar isso em uma outra empresa, sendo funcionário, acho que mais difícil ainda é:: encontrar isso dentro do funcionário público, ainda mais com a realidade que a gente tem é hoje, mas, sempre teve essa:: vontadezinha, assim, aquele desejo:: pô, legal, aí, na época da faculdade eu olhava pro empreendedorismo, dentro de uma perspectiva um pouco mais (+), um pouco mais tradicional, então eu tava olhando pra SEBRAE, tava olhando pra franquias, pra essas coisas, e aí tentando entender o que fazia sentido pra mim, o que que não fazia, e::, aí depois que eu entrei aqui, até tentei um curso, que acho que foi fundamental na minha trajetória, que me, me trouxe muito::, muito mais desejo de fazer e:: abriu o meu olhar pro mundo desconhecido que eu::, até então não tinha conhecimento, um monte de coisa legal, e eu olhei, “caralho”, olha o tanto de coisa legal, que foi o curso de empreendedorismo criativo da Perestroika, Perestroika é um curso de economia criativa, “foda”, eu sou “fanzasso” dessa escola, é uma galera do:: de Porto Alegre, que:: eles começaram lá e:: depois foram pra Rio e São Paulo e pra Brasília, pra Curitiba e pra BH, ne//no mesmo ano, foi em dois mil e treze, e aí o primeiro curso que eles fizeram aqui foi o de empreendedorismo criativo, e aí eu já tava nessa de, porra, eu quero empreender, fazer e tal, algo que faça sentido, aí, fui fazer esse curso e ,cara, foi sensacional, é um empreendedorismo com essa

ótica de, pô, não precisa ir pra essa onda de SEBRAE, não precisa de franquias, trezentos mil reais pra ser empreendedor, não, cê precisa de uma ideia boa e precisa de mão na massa, força de vontade e falar, beleza, vou fazer, eles mostravam muito esse outro lado do empreendedorismo, de ideias criativas, de inovação, e e e, pra mim foi uma descoberta, uma desconstrução mesmo, bem forte de equipe, eu tinha um pouco dessa ideia de, ah, pra eu empreender, eu preciso ter dinheiro, coisa que eu não tenho, meus pais também não têm dinheiro pra poder abrir meu negócio, e isso foi bastante desconstruído na minha cabeça nesse curso, de entender que eu:: consigo começar um negócio comum, que foi a forma que a gente colocou a Because de pé, eu consigo colocar um negócio com, sei lá, com a grana pouca aqui, dependendo do negócio que for, tem um conceito que é muito legal que é:: da:: Startup enxuta, né, do Will Startup, do Erick (Wilfont), do Vale do Silício, ele é, desenha esse processo muito na lógica do crescimento exponencial, desenvolvimento de aplicativos e tal, mas que é basicamente você:: começar com o MVP, né, que é o Mínimo Produto Viável, então assim, eu quero abrir uma escola, beleza, aí cê já pensa numa escola::, mas, num, numa faculdade, você pensa no IESB, num CEUB e, pô, tal, num negócio gigante, eu não preciso, se o meu negócio é uma faculdade, eu posso começar com um curso, numa sala alugada, com dois professores, ao invés de pa// contratar milhões num espaço e tal, então, qual que é a menor forma que eu consigo montar o meu negócio pra poder validar se meu negócio faz sentido com esse pequeno grupo de consumidores, então ao invés de eu chegar com a minha faculdade gigante, botar um monte de gente pra dentro, e aí depois ter um monte de problema, e ter um problema gigante que eu não consigo resolver, começa com uma turma, uma turma, um curso, e aí, dentro desse curso eu vou aprendendo uma série de coisas, relacionadas ao meu negócio, eu vou ajustando ao longo desse processo e aí eu abro mais duas turmas, eu abro mais cinco turmas e aí daqui a pouco eu tô com uma faculdade do tamanho do CEUB também, do IESB então, esse foi um conceito que também fo//ficou muito forte, e e e, dentro do curso e tal, de entender que, cara, dá pra fazer, dá pra começar, existe um caminho, eu posso começar pequeno, eu não preciso de milhões de dinheiro pra, pra botar uma ideia na rua, pra, né, pra conceber uma ideia, pra começar a empreender, então, enfim. Mas você tava me perguntando da trajetória, eu acho que foi isso assim, eu acho que sempre tive esse desejozinho, essa coisa de eu quero fazer, eu quero empreender, eu quero me empenhar, que quero fazer uma coisa que tenha a minha cara, e e e, aí, entrei aqui, conheci a galera que tava empreendendo pra “caralho”, passei por esse curso, abrindo a minha cabeça prum, pra uma outra forma de:: de olhar pro empreendedorismo e olhar, cara, dá pra fazer, eu quero fazer, vou fazer, e aí, em dois mil e quinze a gente tomou essa decisão e:: um processo tão imediato assim, desde a vontade tava ali, mas tem que ter a questão, tem que ter o planejamento, né, então eu precisava:: ainda garantir o meu salário, que eu tenho conta pra pagar, não dava pra largar tudo, eu não tinha reserva, eu não tinha (+), enfim, nada, então foi um processo que foi desde a vontade até planejar e tal demorou aí uns dois anos pra mais:: (+) e:: aí, vão seguir, vão seguir um f// botar pra frente, é um negócio que:: hoje:: ainda não dá dinheiro, mas que dá muito orgulho assim de estar envolvido, de tá tomando uma decisão de trazer outro sócio pra dentro, que é um sócio que entende pra caramba, é um cara que entende de moda, estilista e tal, e:: acho que o projeto vai ganhar bem mais corpo, nesse processo acabei:: também virando sócio. Depois que a gente começou a Because a gente:: tava sempre muito junto, são seis sócios da Because aqui, é a galera que tá ligada, vamos se entender como grupo a gente é sócio em todas as iniciativas, vamos virar sócios de tudo então, agora::, virei sócio da agência, da Vai bem, que é essa indústria de picolé, do Casa Beer, que é um evento de cerveja e:: a gente: já teve duas edições a partir do ano que vem a gente tá:: junto com cinquenta por cento do projeto também, e e e, e aí é isso assim, agora tá valendo, sabe?

– É possível, cara, é possível, assim, eu não::, eu não:: incentivo e e e, a galera a empreender tipo, ah, nessa coisa de qualquer jeito, sem planejamento, e falar, não, empreenda que é muito legal, é muito “caralho”, por que é “foda” pra “caralho”, é, tem que ter muita resiliência, tomar muita porrada, as coisas não dão certo, as vezes não anda na velocidade que você quer, mas eu sou cem por cento, e e e, incentivador, vamos assim, não sei bem se é essa palavra, mas eu sou entusiasta total do empreendedorismo, acho que empreendedorismo é uma forma de você se empoderar, e é isso, assim, existem melhor//milhares de caminhos, assim, e e e, seja pra minha namorada, por exemplo, ela faz Relações Internacionais, ela faz não, ela é formada em Relações Internacionais, nunca quis Instituto Rio Branco, Itamaraty, e:: foi trabalhar com refugiados, em ONGs e tal, agora tá trabalhando com um trabalho voluntário, mas não consegue pagar as contas dela, né, aí, que trabalho voluntário não dá dinheiro, aí ela dá aula de inglês, pra poder ganhar uma grana, pra poder sobreviver, e tal, e aí ela fala, eu vou empreender o quê? O que que dá pra eu empreender? E aí eu falo, cara, tem milhões de jeitos de você empreender, primeiro, você não precisa dar aula dentro de um curso de, dentro de uma escola de inglês, você pode:: criar sua própria escola, seu próprio método:: começar com uma turminha::, aí você aprende com essa turma, aí daqui a pouco você tá com duas, com três, com quatro, você pode empreender, ela trabalha com refugiados, porra, com// tem muitos refugiados aqui em Brasília e t// e eles têm muitas necessidades, né, porra de repente você vai empreender uma coisa que um restaurante, ela cozinha muito bem também, um restaurante que tem, que seja temático, já você envolve a galera no processo de produção, beleza, isso é uma ideia, outra ideia de repente é você ter um// uma ONG lá em São Paulo que chama Abraço Cultural, não é uma ONG, é um negócio social mesmo, e el// os refugiados dão aulas de línguas dão aula de história, de cultura, monta um negócio parecido, começa com uma turma, se não der certo não vai gastar muita grana, é uma forma muito barata de você começar aí se// deu certo, abre mais duas turmas, deu certo, abre um espaço próprio, e aí. Então, eu acho que, assim, (+) empreender é um caminho muito massa, acredito muito no empreendedorismo como forma de transformação, assim, da sociedade mesmo, é uma forma da gente, e e e, gerar valor, gerar impacto positivo, enfim, transformar o mundo mesmo, então, e e e, eu gostaria, e acho bem possível, acho que é muito mais fácil do que a gente imagina:: os nossos pais, assim a geração deles tem muito essa coisa da segurança, o empreendedorismo é se jogar na piscina gelada mesmo, é você saltar do pára-quadras, se jogar lá de cima, não, eu acho que a geração dos nossos pais é muito mais aquela coisa da segurança, ganhar um dinheiro, ter ali todo mês, eu consigo me planejar, mas acho que pra nossa geração isso já tá caindo um pouco, a gente não tem mais tanto:: esse ideal da segurança e eu acho que:: dá:: pra ser feliz, bem sucedido, enfim, e e e, ser mais feliz trabalhando se você começar empreendendo, empreender é legal, num negócio que tenha a sua cara, um negócio que, enfim, deixe um legado legal, eu:: gostaria de ver mais empreendedores, eu acho que é uma mensagem legal de se passar assim, dá pra fazer, dá pra fazer. É muito “foda”, é muito difícil, mas começar é muito mais fácil do que a gente imagina, a gente não precisa de milhões de dinheiro, a gente não precisa:: tá mega preparado, não, vou estudar, vou fazer esse curso e tal, não, começa! Começa, se planeja e começa! É:: eu acho que:: é por aí.