

## Empreendedorismo na Base da Pirâmide Social: o Fenômeno das *Lan Houses* na Comunidade da Rocinha no Rio de Janeiro

**Autoria:** Sandra Regina Holanda Mariano, Joysi Moraes, Silvio Joaquim Medeiros

### Resumo

Este artigo apresenta um estudo sobre o comportamento de empreendedores que estão na base da pirâmide social, mais especificamente, moradores de comunidades como a da Rocinha, no Rio de Janeiro, onde foi realizada a pesquisa. Os empreendedores destas comunidades constituem o que Rocha e Silva (2008) classificam como “elite dos pobres”, um grupo constituído por microempresários locais, com moradias melhores e mais bem localizadas, que se relacionam entre si e se constituem em símbolos de ascensão social para os demais. Foram escolhidos empreendedores que investiram em *lan houses*, empreendimento que tem contribuído para a inclusão digital da população brasileira com baixa renda (BARBOSA, 2010).

A base teórica é pela perspectiva comportamentalista, especialmente as construções de McClelland (1961; 1971), onde se entende que três motivos/necessidades podem orientar a dinâmica do comportamento da pessoa: realização, afiliação e poder. Sendo o empreendedor, percebido por sua estrutura motivacional, marcada pela necessidade de realização.

Foi realizada uma *survey* utilizando o Thematic Apperception Test, proposto por McClelland (1961; 1971) e adaptado por Silva (1991) para o contexto brasileiro. O questionário, estruturado em cinco blocos permitiu conhecer desde o perfil demográfico do empreendedor às suas características comportamentais empreendedoras. Das 92 *lan houses* da Rocinha, 44 empreendedores responderam o questionário, com 40 respostas válidas. A amostra foi não probabilística, a partir do critério de acessibilidade física à própria Rocinha.

Constatou-se que 75% destes empreendedores são homens e 82,5%, são moradores da própria comunidade com idade entre 18 e 36 anos (77,5%). Verificou-se que têm uma motivação relacionada com a oportunidade, movida pela busca de independência e pelo aumento de suas rendas, como pode ser percebido pela média obtida nas respostas com relação à “sempre tive vontade de ter meu próprio negócio” (4,1) e “decidi abrir a *lan house* para que ela seja um complemento na renda familiar” (4,0). Os respondentes acreditam que as oportunidades podem ser identificadas, que não são resultado de sorte ou ação do acaso, pois 65% dos respondentes discordam que “o que importa mesmo é ter sorte”, confirmado pelos 90% que discordam da afirmação “penso como o Zeca Pagodinho, deixo a vida me levar”.

Destaca-se que parte dos empreendedores duvida do mérito relacionado a trabalhar duro e alcançar os objetivos, pois apenas 45% concordam que “as coisas só acontecem para quem trabalha duro”, embora se mostrem persistentes, pois 85% deles discordam da afirmação “parto logo para outra oportunidade quando as coisas começam a dar errado” e 92,5% acreditam que “para superar os obstáculos da vida é preciso manter-se firme nos objetivos e até mudar de planos para alcançar o que se pretende” e, ainda, 90% concordam que é preciso esforço e até fazer um “sacrifício pessoal” para alcançar os objetivos.

## Introdução

O tema empreendedorismo vem ganhando espaço na agenda dos pesquisadores, principalmente, devido ao potencial da ação dos empreendedores sobre o desenvolvimento econômico e social dos países, reconhecido desde os tempos de Cantillon (1680-1734). Já naquela época, Cantillon (1959), definia o empreendedor como aquele sujeito que, em determinada sociedade, cumpria o papel de assumir riscos e enfrentar incertezas na expectativa de obter lucro.

Desde então, o papel do indivíduo que corre riscos para realizar ações materializadas em novos empreendimentos que geram riqueza vêm sendo estudado sob várias perspectivas. Duas abordagens se destacaram ao longo do tempo: a econômica e a comportamental. Na primeira, estuda-se o tema, principalmente, sob os aspectos do desenvolvimento econômico e social e da inovação. Na abordagem comportamental, os estudos baseiam-se, fortemente, em construtos oriundos dos campos da psicologia, sociologia e antropologia, utilizados para fundamentar grande parte das teorias que buscam explicar o comportamento empreendedor.

A pesquisa em pauta busca contribuir para com a compreensão sobre o tema a partir de estudos sobre o comportamento de empreendedores que estão na base da pirâmide social, mais especificamente, moradores de comunidades como a da Rocinha, no Rio de Janeiro, onde foi realizada a pesquisa apresentada neste artigo. Os empreendedores destas comunidades constituem o que Castilhos (2007, p. 10) denomina de “elite do morro”, “um grupo cujos principais membros são os bem-sucedidos comerciantes locais” e Rocha e Silva (2008, p. 8) classificam como “elite dos pobres”, “um grupo constituído por microempresários locais, com moradias melhores e mais bem localizadas, que se relacionam entre si e se constituem em símbolos de ascensão social para os demais” do mesmo morro.

O foco da pesquisa, portanto, foi o comportamento de empreendedores que estão na base da pirâmide social, sendo que o tipo de empreendimento escolhido foram as *lan houses*, um tipo de empreendimento que tem contribuído para a inclusão digital da população brasileira com baixa renda Barbosa (2010). A investigação buscou identificar: as características do comportamento empreendedor deste grupo específico; qual a sua motivação para empreender; o motivo de terem escolhido o empreendimento tipo *lan house*; e como este empreendedor organizou a prestação de serviços em seu estabelecimento.

Para apresentar a pesquisa, este artigo foi construído em mais cinco partes, além da introdução. Inicialmente, buscamos apresentar, de forma concisa, o que se constituem as *lan houses* e sua importância no cenário brasileiro sem desconectá-las das idéias e proposições dos estudos do empreendedorismo, especialmente do comportamento empreendedor. A seguir, indicamos a metodologia utilizada para realização da pesquisa e análise dos resultados. Apresentamos, então, os resultados obtidos com as devidas análises e, por fim, elaboramos algumas considerações finais, indicando as referências utilizadas ao longo do texto.

### **As *Lan houses* e o comportamento empreendedor**

As *lan houses* se transformaram em um fenômeno no Brasil por ser tornarem responsáveis pela inclusão digital de parcela significativa da população brasileira, conforme aponta estudo realizado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.Br) sob a coordenação de Barbosa (2010). Silveira (2005), um dos formuladores de políticas públicas de inclusão digital no Brasil, define a inclusão digital como o acesso à rede mundial de computadores, aos conteúdos da rede, à caixa postal eletrônica e a modos de armazenamento de informações, às linguagens básicas e instrumentos para usar a rede e às técnicas de produção de conteúdo, bem como à construção de ferramentas e sistemas voltados às comunidades.

“Tais empreendimentos, as *lan houses*, possibilitam a inclusão digital de uma população carente sem condições de acessar computadores e a internet de outras formas. Tamanho é essa revolução que, dentre todos os acessos a internet no Brasil, em 2007, 49% já

eram via *lan houses*” (CETIC, 2008, p. 1). Nos anos seguintes, Barbosa (2010) mostra que os percentuais continuaram, praticamente, os mesmos, indicando, ainda, que quanto menor a renda, maior o índice de acessos por meio das *lan houses*, o que mostra claramente a importância delas como fenômeno de inclusão digital no Brasil. Barbosa (2010) também apresenta dados que indicam que 51% da população pertencente às classes D e E haviam acessado o computador nestes estabelecimentos, assim como 31% da classe C e, apenas, 7% da classe B. A classe A praticamente não utiliza a *lan house* para acessar a internet.

A saber, no entanto, que, no Brasil, a criação das *lan houses* ocorreu sem que houvesse uma política pública estruturada que tivesse como objetivo promover a inclusão digital da população de baixa renda pela via da participação da sociedade civil empreendedora. Ao contrário, para os formuladores de tais políticas, as unidades de inclusão digital deveriam ser bibliotecas públicas informatizadas e conectadas à rede, laboratórios escolares de informática conectados à Internet, salas de aula informatizadas e conectadas, telecentros e quiosques com um número pequeno de computadores conectados (SILVEIRA, 2005).

Nota-se que Silveira (2005), um dos formuladores de políticas públicas de inclusão digital no Brasil, não considera as *lan houses*, na sua configuração de empreendimento privado, como uma unidade de inclusão digital. Segundo a sua tipologia, no melhor dos casos, a *lan house* poderia ser classificada como um quiosque. Segundo Silveira (2005), a *lan house* não poderia facilitar a inclusão digital da população de baixa renda pelo seu caráter de ação de iniciativa privada. Especialmente, porque nestes estabelecimentos haveria cobrança, o que seria um impeditivo ao seu uso. Entretanto, conforme mostram os dados publicados pelo CGI.Br de 2010 as *lan houses* continuam sendo a principal unidade de inclusão digital no Brasil (BARBOSA, 2010) e sua ampla presença nas periferias brasileiras é um fato, enquanto os telecentros de acesso público tem presença marginal com 5% do total (REINHARD, 2010).

O CGI.Br, sob a coordenação de Barbosa (2010), reconhece ainda que o acesso à internet nos domicílios brasileiros é desigual e insuficiente. Não fosse a criação rápida e abrangente de estabelecimentos do tipo *lan houses* oferecendo serviços de acesso pago à internet para a população de baixa renda, o crescimento de usuários brasileiros da rede teria sido muito mais lento e excludente. Em 2009, somente na Rocinha, Rio de Janeiro, existiam 92 *lan houses* em funcionamento (CABRAL, 2008, p. 2). E esta é apenas uma das comunidades carentes do Rio de Janeiro.

No que tange à área de empreendedorismo, especialmente na sua vertente acadêmica, este construto tem sido motivo de inúmeros debates. Alguns pesquisadores lançam um conjunto de críticas acerca dos estudos neste campo que, sob seu ponto de vista, possui um fraco desenvolvimento epistemológico e paradigmático, especialmente no que diz respeito ao seu construto; assinalando, ainda, a existência de sobreposições entre esta disciplina e outras mais maduras, especialmente a Administração e a Psicologia, esta última devido aos estudos acerca do comportamento do empreendedor (IRELAND, REUTZEL e WEBB, 2005;). Em outra direção, também são inúmeros os pesquisadores que defendem e seguem pesquisando sobre o tema, a despeito de possíveis sobreposições entre as disciplinas. Estes estabelecem um diálogo a partir da interdisciplinaridade e, inclusive, a utilizam como uma força legitimadora, pelo menos no campo da Administração.

Certamente, nenhum dos grupos de pesquisadores deposita sua crença em uma “falácia nomotética”. Na realidade, são disputas naturais existentes na área acadêmica, como em qualquer outra, sustentando a idéia de debates sobre determinado tema em busca da definição de um discurso hegemônico ou de um entendimento comum na área, pelo menos nos seus conceitos básicos. É preciso salientar, entretanto, que as principais disputas estão entre a perspectiva econômica e a comportamental. Enquanto a vertente comportamentalista enfatiza as questões motivacionais e a busca por reconhecimento do empreendedor, a vertente

econômica destaca o sujeito que empreende como um indivíduo com iniciativa, com idéias inovadoras e disposto a assumir riscos em troca de prováveis ganhos financeiros.

Como o objetivo da pesquisa em pauta era compreender as motivações e as características comportamentais dos empreendedores de *lan houses* em comunidades como a da Rocinha, é explorada a vertente comportamentalista e adotado o conceito de empreendedor de Gartner (1989, p. 47): “aquele sujeito que cria uma empresa”. Empreendedor, também compreendido por Araújo (1988), como alguém que assume riscos e inova, com um objetivo preciso: o de iniciar e manter um negócio, sendo este, portanto, o seu empreendimento. Neste sentido, empreendedores são aqueles sujeitos cujo comportamento tende a alterar a dinâmica de determinado local, especialmente aquele no qual instala a sua empresa.

É preciso destacar que mesmo quando abordamos apenas a questão do comportamento do empreendedor, ainda encontramos várias concepções teóricas, porém com duas vertentes muito claras: a Escola Econômica e a Escola Comportamentalista. Além destas, ainda podem ser relacionadas pelo menos mais três escolas do empreendedorismo, a saber: Escola Fisiológica, Escola Positivo Funcional e Escola do Pensamento Cognitivo.

A Escola Econômica enfatiza que a essência do empreendedorismo está na inovação, no aproveitamento de novas oportunidades no âmbito dos negócios e na relação da criação de uma forma de uso dos recursos. Uma ressalva feita a essa escola é a carência no estudo do comportamento do empreendedor, o que não ajuda, efetivamente, que a ciência econômica evolua. A escola fisiológica considera que o empreendedorismo ou o ato de empreender de um sujeito é decorrente da natureza das pessoas não das condições ambientais ou de seu comportamento. A Escola Positivo Funcional observa o empreendedor como um sujeito que inicia novos empreendimentos, mas isto adaptado em seu contexto e evoluindo de acordo com as mudanças do seu meio, ou seja, o empreendedor nada mais é que um produto do ambiente em que vive. A Escola do Pensamento Cognitivo, por sua vez, estabelece maior ênfase na dimensão cognitiva, pois entende que há uma relação direta do sistema das atividades do empreendedor com suas capacidades pessoais, inclusive sua capacidade de aprender, o que significa, em primeira instância, que a arte de empreender pode ser ensinada (BARON e MARKMAN, 2003).

Quanto à Escola Comportamentalista, esta deu seus primeiros passos em meados da década de 1940, com a publicação do livro “O comportamento administrativo”, de Simon (1970), destacando o sujeito frente aos processos decisórios nas organizações. Avançando, já na década de 1960, com McClelland (1961), cuja abordagem é destacada neste artigo, com os estudos sobre o comportamento humano nas organizações apontando para possibilidade de compreender as práticas empreendedoras a partir do estudo do comportamento dos empreendedores. Perspectiva que obteve mais legitimidade a partir a década de 1980.

McClelland (1961; 1971) destacou-se devido à força dos seus argumentos baseados em pesquisas que se propunham identificar fatores que explicassem o apogeu e o declínio de algumas civilizações. Nestas civilizações, o autor buscou identificar características que pudessem tornar uma civilização mais forte e poderosa que a outra. Uma vez que civilizações são formações humanas, McClelland (1961; 1971) tentou identificar estas mesmas características em organizações empresariais. Assim, através da sua Teoria da Motivação pelo Êxito e/ou Medo, o autor aponta três motivos/necessidades que poderiam orientar a dinâmica do comportamento de uma pessoa: realização, afiliação e poder. Destacando-se que, indivíduos diferentes podem possuir diferentes níveis de cada motivo/necessidade, embora seja improvável a inexistência de qualquer um deles; especialmente o de realização, posto que esta tenha a ver com a motivação pelo êxito, a busca pelo sucesso. Suas contribuições, ainda hoje, colaboram no processo de entendimento do comportamento do empreendedor e, por este motivo, é aqui utilizado como referência. Embora, se saiba que este comportamento não poderá ser entendido de forma totalitária ou determinante.

Para McClelland (1961; 1972), empreendedores são, precisamente, aqueles sujeitos com alta necessidade de realização que são sensíveis a mudanças ambientais com relação às oportunidades econômicas. O autor percebe o empreendedor, fundamentalmente, por sua estrutura motivacional, diferenciada dos demais pela presença marcante de uma necessidade específica: a necessidade de realização. Assim, a Escola Comportamentalista está centrada na necessidade de auto-realização do indivíduo. O empreendedor é percebido em função das suas características pessoais, seus desejos e motivações.

Corroborando com McClelland (1961; 1971; 1972), Leite (2000) acrescenta que a necessidade de realização dirige a atenção de um indivíduo para que este execute uma tarefa da melhor maneira possível para que, assim, atinja seus objetivos. Outras correntes, entretanto, defendem que a necessidade de realização é insuficiente para explicar a criação de novos empreendimentos, tampouco o sucesso dos empreendedores. Destaca-se, também, que, embora muito se estude sobre o tema, a correlação entre a propriedade de pequenos negócios e a necessidade de realização ainda não está comprovada.

McClelland (1961; 1971), no entanto, afirma que as características empreendedoras são definidas com base na teoria do comportamento planejado, busca de informações, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, persuasão e rede de contatos, riscos calculados, estabelecimento de metas, independência e autoconfiança. A partir destes parâmetros, o autor criou o modelo para verificar quais características se sobressaem no sujeito que empreende, destacando as características observadas na Tabela 1.

A teoria desenvolvida por McClelland (1961; 1971), que considera estas dez características e deu origem a um modelo de análise de comportamentos empreendedores, é amplamente adotada e aceita no campo da Administração por aqueles que estudam o empreendedorismo. Salienta-se que a formulação do seu modelo de análise é centrada na idéia de que a motivação do indivíduo é condição para o alcance dos seus objetivos. Segundo Winslow e Solomon (1987), o elemento psicológico crítico em empresários de sucesso, identificado por McClelland, foi o que ele denominou de “motivação da realização” ou “impulso de melhorar” e a identificação desta motivação é uma das intenções do seu modelo.

McClelland (1961; 1971) ainda descreve o empreendedor como um sujeito autônomo, dotado de iniciativa, intuitivo e apaixonado pelo trabalho; um indivíduo que busca constantemente a realização profissional e pessoal, obstinado, que se supera nos erros e cresce por suas descobertas. Assim, na estrutura conceitual formulada pelo autor, a motivação dos empreendedores está acima da média e isso ocorre devido à sua necessidade de realização.

A estrutura metodológica e conceitual utilizada por McClelland também atende aos propósitos desta pesquisa, especialmente o que foi descrito por ele no Thematic Apperception Test (TAT). Um teste que busca identificar as dez características comportamentais empreendedoras (CCE) descritas pelo autor e categorizadas em três grupos: realização; planejamento e resolução de problemas; e influência ou capacidade de se relacionar com as pessoas. Destaca-se que o TAT já foi alvo do esforço de vários pesquisadores brasileiros que tentaram adaptá-lo à sua realidade, gerando, assim, algumas variações na nomenclatura e composição das categorias e conjuntos das características comportamentais empreendedoras.

Para a pesquisa, foi utilizado o instrumento adaptado por Silva (1991) para o Brasil que identifica os dez comportamentos empreendedores. Algumas modificações foram realizadas no instrumento para torná-lo mais compreensível ao público investigado.

A Tabela 1 apresenta cada um das características comportamentais empreendedoras (CCEs) que se procurou identificar entre os empreendedores de *lan houses* da Rocinha e foi base para o questionário da pesquisa realizada com os empreendedores.

<b>CATEGORIA REALIZAÇÃO</b>
<b>CCE: Busca de oportunidades e iniciativa</b>
Faz as coisas antes de solicitado, ou, antes de forçado pelas circunstâncias; age para expandir o negócio a
<b>CCE: Exigência de qualidade e eficiência</b>
Encontra maneiras de fazer as coisas melhores, mais rápidas ou mais baratas; age de maneira a fazer coisas
<b>CCE: Persistência</b>
Age diante de um obstáculo significativo; age repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um
<b>CCE: Independência e autoconfiança</b>
Busca autonomia em relação a normas e controles de outros; mantém seu ponto de vista mesmo diante da
<b>CATEGORIA PLANEJAMENTO E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS</b>
<b>CCE: Correr riscos calculados</b>
Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente; age para reduzir os riscos ou controlar os resultados;
<b>CCE: Busca de informações</b>
Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; investiga pessoalmente
<b>CCE: Estabelecimento de metas</b>
Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; define metas de longo prazo,
<b>CCE: Planejamento e monitoramento sistemáticos</b>
Planeja dividindo tarefas de grande porte em tarefas mais simples com prazos definidos; constantemente
<b>CATEGORIA INFLUÊNCIA ou RELACIONAMENTO COM AS PESSOAS</b>
<b>CCE: Comprometimento</b>
Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao alcance de metas e objetivos; colabora com
<b>CCE: Persuasão e redes de contato</b>
Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas-chave como agentes para

**Tabela 1:** Comportamentos empreendedores

**Fonte:** Adaptada de Silva, 1991.

### **Metodologia da Pesquisa**

Esta pesquisa é resultado de uma *survey*, onde a obtenção de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas se dá por meio de um instrumento de coleta de dados (PINSONNEAULT e KRAEMER, 1993). Os autores classificam a pesquisa *survey* quanto ao seu propósito em explanatória, exploratória e descritiva, sendo que esta última é a que atende os objetivos deste trabalho, pois seu propósito é verificar se a percepção dos fatos está ou não de acordo com a realidade. Pinsonneault e Kraemer (1993) salientam que a unidade de análise pode ser um indivíduo, nesse caso coincidindo com o respondente, um grupo, um setor da organização ou a própria organização.

Quanto ao processo de amostragem Perrien, Chéron e Zins (1984) consideram que este é composto pela definição da população-alvo, contexto, unidade e método de amostragem, tamanho da amostra e pela seleção da amostra ou execução do processo de amostragem. Sendo assim, a população-alvo é composta pelos proprietários de *lan house* da Rocinha, comunidade localizada na zona sul da cidade do Rio de Janeiro.

Alguns fatores contribuíram para a escolha desta comunidade, tais como, o fato de um dos pesquisadores já conhecer pessoas que vivem na comunidade, o que facilitou o acesso aos entrevistados e o contato com a Associação de Moradores da Rocinha. A primeira ação, portanto, foi no sentido de buscar apoio para a pesquisa junto à Associação de Moradores da Rocinha que, muito atenciosos, apresentaram duas pessoas da Comunidade, imprescindíveis para o desenvolvimento da investigação, pois propiciaram o acesso e o deslocamento de uma das pesquisadoras dentro do bairro, posto que são moradores da Rocinha e conhecedores do bairro, o que proporcionou acessibilidade aos empreendedores locais. Portanto, esse acompanhamento facilitou de maneira ímpar a pesquisa, uma vez que a maior parte dos logradouros da Rocinha é de becos e ruas estreitas, o que dificulta o acesso de leigos na sua estrutura geográfica. Segundo o último censo realizado pelo governo fluminense, em somente 7,5% das ruas da Rocinha podem trafegar veículos.

Estas peculiaridades também foram importantes para a definição da amostra que foi não probabilística, selecionada a partir do critério de acessibilidade física. Assim os respondentes foram escolhidos por conveniência. A amostra foi composta por 44 elementos do universo dos empreendedores de *lan house* da comunidade da Rocinha, com um total de 40 respostas válidas. Os questionários foram aplicados pelos próprios pesquisadores com cada empreendedor, individualmente. Buscou-se com isto melhorar a qualidade das respostas. Segundo Richardson (1999), também há menos chance dos respondentes não responderem ao questionário ou de deixarem algumas perguntas sem resposta se o pesquisador estiver presente. Os pesquisadores foram acompanhados por membros da União Pró-Melhoramentos dos Moradores da Rocinha. O objetivo era facilitar a abordagem e a identificação dos empreendedores de *lan houses*, minimizando também os riscos desta abordagem, pois estar acompanhado por um membro da comunidade era mais seguro para os pesquisadores.

O questionário de coleta de dados foi adaptado do questionário desenvolvido por Silva (1991), conforme a Tabela 1, embora as perguntas originais da pesquisa tenham sido reescritas e adaptadas para tornar a linguagem mais coloquial e adequada ao público alvo.

O questionário foi estruturado em 05 blocos chamados A, B, C, D e E. A parte “A” foi composta por seis (6) perguntas que permitiam traçar o perfil demográfico do empreendedor, a parte “B” possuía 17 questões, com o objetivo de conhecer o empreendimento e a motivação para empreender. A parte “C” tinha quatro (4) questões e tratava o objeto do empreendimento em relação ao valor gerado para o cliente, especialmente no que se refere à inclusão digital. No bloco “D” eram nove (9) perguntas sobre os clientes da *lan house*. A parte “E”, a mais extensa e central para esta pesquisa, contava como 31 afirmações sobre as características comportamentais empreendedoras.

Foi realizado um pré-teste do questionário com cinco proprietários de *lan houses* da comunidade de Rio das Pedras, também localizada na cidade do Rio de Janeiro e similar a da Rocinha, de forma a garantir que todas as afirmações e/ou perguntas fossem corretamente compreendidas pelos entrevistados. O objetivo desta fase foi “submeter o instrumento de pesquisa a um campo de teste similar ao local da amostra, promover os alinhamentos necessários e validar a versão final” (GIL, 1999, p. 53). O pré-teste evidenciou a necessidade de reformular algumas afirmações para torná-las mais compreensível, o que foi realizado.

O questionário da pesquisa foi parametrizado e digitado no programa CPro 3.0, garantindo-se assim uma maior segurança no processo de digitação de dados. Em seguida os dados foram exportados para o software SPSS 16.0, de onde as análises estatísticas foram realizadas. Foram extraídas as médias e desvios padrão das respostas dadas às 31 afirmações sobre características comportamentais empreendedoras, que integravam a parte “E”, mais importante e central do questionário, que variavam entre discordo totalmente e concordo totalmente. Richardson (1999) sugere a análise descritiva de dados para explorar aspectos amplos como levantamento de opiniões e atitudes da população acerca de determinadas situações. Assim, procedeu-se a análise descritiva das respostas as afirmações propostas.

### **A Rocinha**

A visão aérea da Rocinha mostra um imenso emaranhado de construções e caminhando por suas ruelas estreitas é forte a sensação que não vamos encontrar a saída. O Censo Domiciliar Rocinha 2009 (GOVERNO DO ESTADO DE RIO DE JANEIRO, 2010), realizado sob a coordenação da Secretaria da Casa Civil do Estado do Rio de Janeiro, estimou uma população de aproximadamente 100 mil pessoas vivendo na Rocinha. Pelos registros da Associação de Moradores da Rocinha (2010) a população é estimada em cerca de 150 mil moradores, configurando-se como a maior favela em população da América latina.

Geograficamente situada no morro Dois Irmãos, Município do Rio de Janeiro, a Rocinha foi outorgada bairro no ano de 1993.

Os primeiros moradores da Rocinha começaram a se estabelecer nas terras da antiga fazenda Quebra-Cangalha por volta de 1930, quando toda a área onde antes existiam

grandes engenhos de açúcar foi repartida em pequenas chácaras. Os produtos cultivados pelas famílias que se fixaram ali – a maioria invasores que haviam perdido tudo com a crise do café em 1929 - eram colocados a venda na feira da Praça Santos Dumont, que na época abastecia toda a Zona Sul carioca. O nome Rocinha, no entanto, só começaria a ser usado em meados dos anos 30. Segundo os moradores mais antigos da favela, quando os fregueses perguntavam de onde vinham as frutas e legumes vendidos na Praça Santos Dumont, todos diziam que era de uma tal "rocinha" no Alto Gávea. E o nome acabou pegando. (FAVELA TEM MEMÓRIA, 2010, p. 4)

Na década de 1940, o processo de ocupação por pessoas que acreditavam serem aquelas terras públicas era pouco expressivo. Todavia, na década seguinte, com o aumento da migração de nordestinos para o Rio de Janeiro, a Rocinha teve seu primeiro surto de expansão. Obviamente, ainda não comparável às décadas de 1960 e 1970, quando da abertura dos túneis Rebouças e Dois Irmãos, que contribuíram para uma maior oferta de empregos na região e que também facilitou o acesso a trabalho em outras regiões mais distantes. (MARTINS, 2005). A despeito das condições de acesso à Rocinha, a comunidade somente obteve as primeiras melhorias na sua infra-estrutura em meados da década de 1970, resultado das mobilizações dos moradores às suas reivindicações ao poder público, como a implantação de creches, escolas, passarelas, canalização de valas, agência de correios, região administrativa etc. O primeiro posto de saúde, por exemplo, só foi criado em 1982, após inúmeras reivindicações dos moradores que desceram o morro e foram para as ruas denunciar o descaso da prefeitura para com os moradores daquela região (FAVELA TEM MEMÓRIA, 2010). Ainda hoje, a proximidade da Rocinha com a região que, atualmente, concentra o maior poder aquisitivo da cidade, além das atividades de comércio e serviços atraiu e continua atraindo um maior número de moradores a cada ano.

Segundo o Instituto de Planejamento Municipal (IPLANRIO, 2005), a Rocinha ocupa uma área de aproximadamente um (1) quilômetro quadrado e sua situação geográfica favoreceu, sobremaneira, o desenvolvimento de um amplo mercado de trabalho, ainda que inscrito, acentadamente, no que costumamos denominar de setor informal. Sua localização também estimulou uma crescente especulação imobiliária dentro do próprio bairro que acarretou uma visível estratificação espacial e econômica, ou seja, uma favela dentro da favela, apontando para a existência de um grau de concentração de renda domiciliar intracomunitário (REICHENHEIM e HARPHAM, 1990).

A conceituação oficial considera como favelas os aglomerados humanos que possuem, total ou parcialmente, as seguintes características: agrupamentos prediais ou residenciais formados com unidades de número geralmente superior a 50; predominância de casebres ou barracões de aspecto rústico, construídos principalmente de folhas de flandres, chapas zincadas ou materiais semelhantes; construções sem licenciamento e sem fiscalização, em terrenos de terceiros ou de propriedade desconhecida; ausência, no todo ou em parte, de rede sanitária, luz, telefone e água encanada; e área não-urbanizada, com falta de arruamento, numeração ou emplacamento (GUIMARÃES, 1953).

O censo mostrou ainda que a maior parte dos logradouros da Rocinha é de becos e ruas estreitas. Apenas 7,5% das ruas são capazes de receber veículos, o que dificulta o acesso dos moradores aos mais variados serviços. Os principais problemas apontados pelos moradores sobre suas próprias casas foram o pouco espaço (48,3%), a pouca iluminação (41,9%), a pouca ventilação natural (41,8%), e paredes ou chão úmidos (20,6%). (AGÊNCIA BRASIL, 17 de julho de 2009)

Na Rocinha, 48,5% das pessoas são do sexo masculino e 51,5% do sexo feminino. Crianças e adolescentes até 14 anos representam aproximadamente 25% do total, enquanto adultos entre 20 e 44 anos correspondem a 46%. A renda média aproximada por domicílio é de R\$ 727,49. A renda bruta do trabalho e/ou aposentadoria mostra uma população pobre, pois 24,4% não tem renda, 14,8% recebem até R\$ 415,00, enquanto 23,1% auferiram entre R\$ 415,01 e R\$ 830,00. (GOVERNO DO ESTADO DE RIO DE JANEIRO, 2010)



O censo identificou também as ocupações principais dos moradores. São 23,5% estudantes, 30,9% empregados com carteira assinadas e 7,7% desempregados. Aqueles que exercem atividades de livre iniciativa foram categorizados de quatro maneiras distintas: 5.655 pessoas se declararam autônomas, que vivem de bico, totalizando 7,85%; 1.326 são trabalhadores por conta informais, ou 1,8% do total; 304 são trabalhadores por conta formais, ou 1,8% do total, e apenas 77 pessoas se declaram empresários ou empregadores. Os dados do Censo 2009 ainda mostram que 56,6% dos moradores não recebem a visita do correio.

No mesmo período, em 2009, o governo do estado do Rio de Janeiro realizou também o Censo Empresarial Rocinha visando identificar e avaliar o universo das empresas e empreendedores da comunidade. Foram identificados 6.529 empreendimentos ou empreendedores, formais e informais. Cerca de 85% dos empreendedores locais informaram que exercem sua atividade informalmente e a maioria não pretende alterar sua situação, pois não têm vontade ou interesse de formalizar sua empresa. As razões apontadas para o pouco interesse na formalização do empreendimento são as seguintes: 44,7%, não sentem necessidade de formalizar o empreendimento, para 14,8% falta de capital, outros 9,2% temem a burocracia, para 3,8% a razão é a falta de informação e apenas para 1,1% a informalidade de seu negócio se deve pela carga tributária ou cobrança de impostos. Há uma clara predominância de empreendimentos na área de serviços que correspondem a quase 70% do total, o comércio responde por 28,2% e foram contabilizados apenas 130 empreendimentos do ramo industrial ou 2,1% do total. (GOVERNO DO ESTADO DE RIO DE JANEIRO, 2010)

O censo 2009 também destacou que o desemprego foi a razão apontada por 50,4%, dos entrevistados para ter iniciado um negócio, 14,5% buscavam aumentar a renda familiar, 13,6% disseram que surgiu uma oportunidade e 10,2% tinham o desejo de não trabalhar para outros. Do total dos empreendedores 76,9% não possuem outra ocupação paralela.

#### **Apresentação e análise dos Resultados**

O Censo Empresarial da Rocinha 2009, realizado pelo governo do estado do Rio de Janeiro, mostrou que estão estabelecidas na Rocinha 92 *lan houses*. Destas, 40 compõem a amostra analisada por esta pesquisa. Observou-se que 95% dos estabelecimentos funcionam todos os dias da semana, e 72% abrem por um período de 13 a 16 horas diariamente.

Quanto observados em relação ao porte dos estabelecimentos, medido em número de computadores disponíveis, são identificadas três categorias: 8 *lan houses* de grande porte que possuem entre 15 e 22 computadores disponíveis, que correspondem a 20% do total. A maior parte dos estabelecimentos, 60% do total possui entre 8 e 14 computadores e os outros 20%, ou 8 estabelecimentos são de pequeno porte e dispõem de 4 a 7 computadores. O nível de ocupação dos computadores também é variável e reflete a sazonalidade dos horários de pico.

Os proprietários das *lan house* estimam que 71% dos frequentadores permanecem no estabelecimento navegando na internet por 1 hora. Os custos unitários variam entre R\$ 0,50 e R\$ 0,75 para meia hora de uso, de R\$ 1,00 a R\$ 2,00 por uma hora, sendo o valor adicional por mais tempo de uso, igual aos valores dispostos na tabela do estabelecimento.

Os adolescentes e os jovens são os principais clientes das *lan houses*. Eles frequentam estes estabelecimentos especialmente para acessar sites de relacionamento, jogos, ouvir e baixar músicas, entre outras atividades.

Sobre os empreendedores, os proprietários de *lan house* na comunidade da Rocinha, 75% são homens. Do total de empreendedores, 82,5%, são moradores da própria comunidade e 77,5% estão com idade entre 18 e 36 anos. Segundo suas informações, 52,5 das *lan houses*, estão em atividade entre 2 e 3 anos. Sobre outros negócios além da *lan house* 37,5% dos empreendedores informaram que mantém outro empreendimento e 62,5% só trabalham na sua própria *lan house*. 22,7% dos proprietários ainda afirmaram que foram donos de outros negócios antes da *lan house* e 77,5% declararam que a *lan house* foi seu primeiro negócio.

Perguntados se a renda familiar aumentou ou diminuiu no último ano, 72,9% responderam que houve aumento de renda. Quando o assunto é sociedade no negócio, 60% dos respondentes declararam não ter sócios. Quanto perguntados sobre como classificam a sua atividade 52,50% se disseram autônomos, 12,5% profissionais liberais, 12,5% estudantes e apenas 10% se declararam empresários ou empreendedores.

Quando comparado o perfil dos empreendedores de *lan house* que responderam a pesquisa em pauta com os empreendedores entrevistados pelo Censo Empresarial Rocinha 2009 há diferenças significativas. A primeira delas relaciona-se com a escolaridade. Enquanto pouco mais de 20% dos empreendedores recenseados possuem escolaridade média (completa ou incompleta), entre os empreendedores de *lan house* este número aumenta para 80%. Possivelmente o gerenciamento de uma *lan house* exige conhecimentos específicos, especialmente na área de informática, que são mais facilmente encontrados pelos que estudaram por mais tempo. Quando comparada a renda média das pessoas da comunidade da Rocinha, em torno de R\$ R\$ 727,49, os ganhos auferidos pelos empreendedores de *lan house* são bastante superiores o que os coloca em uma posição de destaque em sua comunidade.

Sobre os objetivos centrais deste artigo, analisar as motivações e o comportamento empreendedor dos proprietários de *lan houses* da Rocinha, para conhecer o que motivou a criação da *lan house*, foi apresentado ao entrevistado um conjunto de dez afirmações, as quais ele deveria responder numa escala de 1 a 5, que variava entre discordo totalmente e concordo totalmente, a resposta que melhor expressava a sua opinião.

As respostas foram compiladas na Tabela 2 e mostram que os empreendedores que estabeleceram sua *lan house* já tinham vontade de abrir o próprio negócio, resposta cuja média foi 4.1. Destaca-se que boa parte dos respondentes concorda que os exemplos de pessoas na família que abriram negócios os influenciaram na criação dos próprios empreendimentos. A média 4.0 também mostra que os respondentes abriram seus negócios para auferir um complemento de renda. A *expertise* na área de informática e a percepção da oportunidade também foram fatores que influenciaram na abertura do negócio. A maior parte parece ter aberto o negócio com recursos próprios e uma parte menor contraiu empréstimo.

Os proprietários de *lan house* da Rocinha são empreendedores que parecem ter uma motivação relacionada com a oportunidade, movida pela busca de independência e pelo aumento de suas rendas, como pode ser percebido pela média obtida nas respostas com relação às “sempre tive vontade de ter meu próprio negócio” e “decidi abrir a *lan house* para que ela seja um complemento na renda familiar”. Os dados ainda mostram que os incentivos do poder público, quando existem, são pouco utilizados para a abertura das *lan houses*.

Item	Afirmações	Média	Desvio Padrão
1	Conversando com amigos descobri essa oportunidade;	2,95	1,08
2	Tenho exemplos na minha família de pessoas bem sucedidas por abrir seu próprio negócio;	3,49	1,25
3	Sempre tive vontade de ter meu próprio negócio;	4,10	0,67
4	Fiquei desempregado e usei o dinheiro da rescisão e do FGTS para iniciar a <i>lan house</i> , pois me pareceu um bom negócio;	2,32	1,31
5	Tenho formação na área de informática e encontrei um sócio (a) que tinha dinheiro para investir;	2,90	1,22
6	Percebi o aumento das <i>lan house</i> no bairro e então decidi abrir uma;	2,92	1,38
7	Decidi abrir a <i>lan house</i> para que ela seja um complemento na renda familiar;	4,00	0,72
8	Abri esse negócio sem pedir dinheiro emprestado a ninguém;	3,52	1,28
9	Como não tinha dinheiro, mas sabia que era um bom negócio, peguei dinheiro emprestado para iniciar a <i>lan house</i> ;	2,55	1,28
10	Aproveitei os incentivos do poder público para abrir a <i>lan house</i> ;	1,60	0,78

**Tabela 2:** Motivos para abrir a *lan house*

**Fonte:** Elaborada pelos autores

Sobre o comportamento empreendedor dos proprietários de *lan houses* da Rocinha, as respostas coletadas foram divididas em três partes que tratavam sobre: capacidade de realização do empreendedor; planejamento e resolução de problemas; e influência ou capacidade de se relacionar com as pessoas.

No que tange à capacidade de realização destes empreendedores, esta categoria é composta pelos seguintes comportamentos empreendedores: busca de oportunidades e iniciativa, exigência de qualidade e eficiência, persistência, independência e autoconfiança.

A Tabela 3 que mostra os resultados obtidos foi elaborada a partir das escolhas dos respondentes, onde cada um indicava a resposta que melhor expressava a sua opinião sobre cada uma das afirmações apresentadas, entre as seguintes alternativas: discordo totalmente (DT), nem discordo, nem concordo (ND-ND), concordo e concordo totalmente (CT). Segundo a pesquisa, os respondentes acreditam que as oportunidades podem ser identificadas e, portanto, não são resultado de sorte ou ação. Para 65% dos respondentes discordam que “o que importa mesmo é ter sorte”, confirmado pelos 90% que discordam da afirmação “penso como o Zeca Pagodinho, deixo a vida me levar”. 75% dos respondentes ainda assinalam que é possível identificar uma oportunidade de diversas maneiras “numa fila de Banco ou durante uma conversa no bar ou restaurante e até mesmo lendo um jornal é possível perceber oportunidades de negócio”. O cuidado em antecipar-se aos eventos também foi identificado, uma vez que 90% dos respondentes concordam que o empreendedor deve buscar “perceber que alguma coisa pode dar errado”.

Também foi constatado que os empreendedores pesquisados têm objetivo de crescer, pois 95% deles pensa em crescer e aumentar “o estabelecimento para novas áreas, produtos ou serviços”, o que mostra intenção de explorar novas oportunidades que se abram a partir do empreendimento atual.

Quando perguntados sobre questões relacionadas à qualidade e eficiência dos seus serviços, as respostas são menos uniformes. “Vou resolvendo as coisas a medida que os problemas aparecem” é a estratégia de gerenciamento com a qual concordam 62,5% dos entrevistados, que entretanto concordam, em sua maioria, 90%, que quando faz alguma coisa tenta “encontrar uma maneira de fazer melhor, mais rápido e até mais barato”.

Os respondentes mostram-se divididos quando colocados frente à afirmação “as coisas só acontecem para quem trabalha duro” pois 45% discordam e 47,5% concordam. Parte dos empreendedores duvidam do mérito relacionado a trabalhar duro e alcançar os objetivos, entretanto a maioria, 85%, se mostram persistentes pois discordam da afirmação “parto logo para outra oportunidade quando as coisas começam a dar errado” e 92,5% acreditam que “para superar os obstáculos da vida é preciso manter-se firme nos objetivos e até mudar de planos para alcançar o que se pretende”. Na mesma forma, 90% concordam que é preciso esforço e até fazer um “sacrifício pessoal” para alcançar os objetivos.

No quesito independência e autoconfiança, as respostas mostram que criar o próprio empreendimento tem como fundamento a independência gerada pela possibilidade de “poder tomar minhas próprias decisões e controlar meu tempo”, afirmação que teve a concordância de 65% dos entrevistados, que parecem também confiar nas próprias capacidades.

As respostas às afirmações da Tabela 3, ainda sugerem que os respondentes acreditam que ter iniciativa, perceber e aproveitar oportunidades são determinantes para prospecção, abertura e inovação do negócio. Os dados também mostram que há forte locus de controle interno, ou seja, os respondentes parecem trazer para si a responsabilidade sobre o seu destino ao invés de acreditar na sorte ou acaso. Tanto que, do total dos pesquisados (40), apenas 7,5%, ou seja, três (3) respondentes concordaram com a afirmação: “penso como o Zeca Pagodinho, deixo a vida me levar”. Há coerência nas respostas às afirmações sugerindo que

tais empreendedores estão “no controle” de suas próprias vidas e por isso demonstram ter iniciativa e não apenas esperar que “as coisas aconteçam”.

<b>CCE: Busca de oportunidades e iniciativa</b>	<b>DT</b>	<b>Discordo</b>	<b>ND-NC</b>	<b>Concordo</b>	<b>CT</b>
Ao perceber que alguma coisa pode dar errado, tento sempre me antecipar ao problema.	0,0%	2,5%	7,5%	67,5%	22,5%
Penso em aumentar o meu estabelecimento para novas áreas, produtos ou serviços. *	0,0%	5,0%	0,0%	52,5%	40,0%
Numa fila de banco ou durante uma conversa no bar ou restaurante e até mesmo lendo um jornal é possível perceber oportunidades de negócio.	0,0%	12,5%	12,5%	52,5%	22,5%
Para min o que importa mesmo é ter sorte.	15,0%	50,0%	20,0%	15,0%	
<b>CCE: Exigência de qualida e eficiência</b>					
Penso como o Zeca Pagodinho, deixo a vida me levar.	22,5%	67,5%	2,5%	5,0%	2,5%
Quando faço alguma coisa tento encontrar uma maneira de fazer melhor, mais rápido e até mais barato.	0,0%	7,5%	2,5%	60,0%	30,0%
Vou resolvendo as coisas a medida que os problemas aparecem.	2,5%	27,5%	7,5%	55,0%	7,5%
<b>CCE: Persistência</b>					
As coisas só acontecem para quem trabalha duro.	7,5%	37,5%	7,5%	30,0%	17,5%
Parto logo para outra oportunidade quando as coisas começam a dar errado.	10,0%	75,0%	5,0%	5,0%	5,0%
Para superar os obstáculos da vida é preciso manter-se firme nos objetivos e até mudar de planos para alcançar o que se pretende.	0,0%	5,0%	2,5%	62,5%	30,0%
As vezes para completar uma tarefa me esforço ao máximo e até faço um sacrificio pessoal.	0,0%	7,5%	2,5%	60,0%	30,0%
<b>CCE: Independência e autoconfiança</b>					
Para poder tomar minhas próprias decisões e controlar meu tempo, resolvi abrir meu próprio negócio.	2,5%	17,5%	15,0%	52,5%	12,5%
Diante de alguns problemas que enfrento, nem sempre confio em minhas capacidades.	27,5%	50,0%	10,0%	12,5%	0,0%
<b>CCE: Correr risco calculado</b>					
Quando surge uma oportunidade de negócio saio logo fazendo, esse negócio de planejamento não é comigo.	25,0%	57,5%	5,0%	10,0%	2,5%

\* houve um entrevistado que não respondeu

**Tabela 3:** Capacidade de realização do empreendedor de *lan house* da Rocinha

**Fonte:** Elaborada pelos autores

Esses resultados confirmam o que McClelland sugere ao caracterizar os empreendedores como sujeitos intuitivos, curiosos e que buscam constantemente a realização profissional e pessoal. Entretanto, os respondentes se dividiram quanto ao valor do trabalho e da persistência em busca do que se quer alcançar. Aspecto merece aprofundamento em outras pesquisas. A atenção e a exigência pela qualidade e pela eficiência, assim como, a atitude de persistir e seguir em frente, também foram características que tiveram destaque entre os empreendedores, confirmando o que afirmava McClelland, ao descrever os empreendedores como indivíduos apaixonados pelo trabalho e que buscam superar os seus limites.

Sobre a capacidade de planejamento e resolução de problema do proprietário de *lan houses* da Rocinha, observou-se que 82,5% dos respondentes rejeitam a idéia de que “esse negócio de planejamento não é comigo”, conforme apresentado na tabela 4. Eles parecem ter clareza da importância de estar bem informados, pois para 79,4% dos proprietários de *lan houses* “estar bem informado depende também da nossa atenção”. Nesse sentido, observa-se

um empreendedor empenhado na busca de informações e preocupado com os reflexos deste quesito para o empreendimento.

<b>CCE: Correr risco calculado</b>	DT	Discordo	NC, ND	Concordo	CT
Quando surge uma oportunidade de negócio saio logo fazendo, esse negócio de planejamento não é comigo.	25,0%	57,5%	5,0%	10,0%	2,5%
Se estiver sem dinheiro e aparecer uma boa oportunidade de negócio, penso duas vezes antes pedir um empréstimo no banco a amigos ou familiares.*	2,5%	15,0%	2,5%	52,5%	25,0%
<b>CCE: Busca de informações</b>					
Procuo fazer diversas amizades, pois nunca se sabe quando vamos precisar das pessoas.	0,0%	0,0%	15,0%	45,0%	40,0%
Estar bem informado depende também da nossa atenção e amizade com os fornecedores, clientes e concorrentes.	0,0%	7,5%	2,5%	52,5%	37,5%
<b>CCE: Estabelecimento de metas</b>					
É muito difícil economizar dinheiro, com tantas opções para gastar.	12,5%	27,5%	17,5%	37,5%	5,0%
Sou capaz de reduzir as saídas com os amigos ou família para conseguir economizar.*	2,5%	22,5%	5,0%	50,0%	17,5%
Para um time de futebol ter um bom resultado, o técnico precisa saber com quem irá jogar e as datas dos jogos.	5,0%	12,5%	2,5%	62,5%	17,5%
<b>CCE: Planejamento e monitoramento sistemáticos</b>					
Manter uma caderneta de poupança serve para investimentos futuros ou eventuais imprevistos.	0,0%	7,5%	2,5%	50,0%	40,0%
Todo o dia acompanho as vendas da Lanhouse, se alguma coisa estiver diferente do planejado penso em alternativas para voltar a vender.	0,0%	15,0%	2,5%	47,5%	35,0%
As contas dos meses de março e outubro podem influenciar nas compras de Natal.*	5,0%	37,5%	12,5%	30,0%	12,5%

\* houve um entrevistado que não respondeu

**Tabela 4:** Capacidade de planejamento e resolução de problema do empreendedor da Rocinha  
**Fonte:** Elaborada pelos autores

No negócio de *lan house*, sabe-se que estar atualizado e promover melhorias na infraestrutura são requisitos imprescindíveis para o sucesso do empreendimento, uma vez que, as novidades da web e as novas tecnologias surgem a cada momento. Em se tratando de correr riscos calculados, 80% dos empreendedores se mostraram bem cautelosos, pois concordaram com a proposição “se estiver sem dinheiro e aparecer uma boa oportunidade de negócio, penso duas vezes antes de pedir um empréstimo no banco a amigos ou familiares”.

Quanto ao estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático 80% dos entrevistados concordam que “para um técnico de futebol ter um bom resultado, o técnico precisa saber com quem irá jogar e as datas dos jogos” e 90% concordam que “manter uma caderneta de poupança serve para investimentos futuros ou eventuais imprevistos”.

O resultado destas CCEs converge com a caracterização de McClelland, que descreve o empreendedor como um indivíduo que apreende com os erros e cresce com suas descobertas, estabelecendo para si e para o negócio metas atingíveis.

<b>CCE: Correr risco calculado</b>	DT	Discordo	NC,ND	Concordo	CT
Quando surge uma oportunidade de negócio saio logo fazendo, esse negócio de planejamento não é comigo.	25,0%	57,5%	5,0%	10,0%	2,5%
Se estiver sem dinheiro e aparecer uma boa oportunidade de negócio, penso duas vezes antes pedir um empréstimo no banco a amigos ou familiares.*	2,5%	15,0%	2,5%	52,5%	25,0%
<b>CCE: Busca de informações</b>					
Procuro fazer diversas amizades, pois nunca se sabe quando vamos precisar das pessoas.	0,0%	0,0%	15,0%	45,0%	40,0%
Estar bem informado depende também da nossa atenção e amizade com os fornecedores, clientes e concorrentes.	0,0%	7,5%	2,5%	52,5%	37,5%
<b>CCE: Estabelecimento de metas</b>					
É muito difícil economizar dinheiro, com tantas opções para gastar.	12,5%	27,5%	17,5%	37,5%	5,0%
Sou capaz de reduzir as saídas com os amigos ou família para conseguir economizar.*	2,5%	22,5%	5,0%	50,0%	17,5%
Para um time de futebol ter um bom resultado, o técnico precisa saber com quem irá jogar e as datas dos jogos.	5,0%	12,5%	2,5%	62,5%	17,5%
<b>CCE: Planejamento e monitoramento sistemáticos</b>					
Manter uma caderneta de poupança serve para investimentos futuros ou eventuais previstos.	0,0%	7,5%	2,5%	50,0%	40,0%
Todo o dia acompanho as vendas da Lanhouse, se alguma coisa estiver diferente do planejado penso em alternativas para voltar a vender.	0,0%	15,0%	2,5%	47,5%	35,0%
As contas dos meses de março e outubro podem influenciar nas compras de Natal.*	5,0%	37,5%	12,5%	30,0%	12,5%

\* houve um entrevistado que não respondeu

**Tabela 4:** Capacidade de planejamento e resolução de problema do empreendedor da Rocinha

Fonte: Elaborada pelos autores

No que diz respeito à capacidade de (relação com as pessoas) do proprietário de *lan house* da Rocinha, essa competência é composta por duas CCEs, “comprometimento e persuasão” e “rede de contatos”. Destaca-se que 97,5% dos respondentes concordaram com a afirmação “sempre que necessário é preciso colaborar com os empregados e se colocar no lugar deles para terminar um trabalho” e 70% concordaram com a frase “muitas das minhas conquistas aconteceram por causa dos meus contatos com outras pessoas”. As respostas sugerem que os proprietários de *lan houses* da Rocinha são indivíduos que parecem agir estabelecendo relações interpessoais com o intuito de atingir seus objetivos pessoais e profissionais. Conscientes de que suas habilidades interpessoais influenciam no desempenho do negócio e as pessoas que trabalham com eles, também parecem se preocupar com sua imagem frente aos clientes, amigos, fornecedores e a comunidade onde atuam.

<b>CCE: Comprometimento</b>					
Fico no caixa porque o olho do dono é que engorda o gado.	5,0%	22,5%	17,5%	47,5%	7,5%
Sempre que necessário é preciso colaborar com os empregados e se colocar no lugar deles para terminar um trabalho.	0,0%	0,0%	2,5%	77,5%	20,0%
<b>CCE: Persuasão e rede de contatos</b>					
É difícil alguém não concordar com as minhas idéias.	2,5%	27,5%	20,0%	40,0%	10,0%
Detesto discussão, quando as pessoas falam muito prefiro me calar.	7,5%	22,5%	15,0%	42,5%	12,5%
Muitas das minhas conquistas aconteceram por causa dos meus contatos com outras pessoas.	2,5%	15,0%	12,5%	45,0%	25,0%

\* houve um entrevistado que não respondeu

**Tabela 5:** Capacidade de influência (relação com as pessoas) do empreendedor da Rocinha

Fonte: Elaborada pelos autores

Quando a questão são os clientes, o que se observa é que ao pagar pelo acesso à internet, o cliente, com pouco ou nenhum conhecimento de informática ou para navegação na rede, também recebe atenção especial do empreendedor ou auxiliar deste na sua aprendizagem no uso das novas tecnologias. As *lan houses* destes empreendedores oferecem, gratuitamente, por exemplo, serviços de abertura de orkut, MSN, facebook, criação de contas de e-mail, entre outros serviços às pessoas que não dominam a tecnologia. Em algumas *lan houses*, inclusive, é permitido mais de um usuário por computador, então, pessoas com maiores conhecimentos podem ajudar iniciantes. Estes resultados conflitam com o entendimento de Silveira (2005) de que as *lan houses*, devido ao seu caráter de capital privado, não promoveriam o suporte necessário para que os usuários pudessem ser incluídos digitalmente. Os dados da pesquisa mostram o contrário, pois ao criar meios para auxiliar os usuários a fazerem um melhor uso dos recursos disponíveis, o empreendedor beneficia tanto o cliente quanto o próprio negócio.

ID	Questões relacionadas ao atendimento dos clientes, em geral.	Média	Desvio Padrão
1	Quando chegam a <i>lan house</i> pessoas que não sabem mexer no computador, o atendente ou eu mesmo damos um auxílio inicial;	4,20	0,69
2	A <i>lan house</i> tem convênio com uma Escola de Informática para encaminhar aqueles clientes que não tem noção de informática;	1,70	0,52
3	Clientes que não tem conhecimento de informática atrapalham o atendimento, por pedirem ajuda ao atendente toda hora;	2,68	1,07
4	Os usuários freqüentes da <i>lan house</i> sentem-se incomodados com os pedidos de auxílio de usuários iniciantes;	2,57	1,15
5	A minha <i>lan house</i> é direcionada para usuários avançados e por isso não atendemos iniciantes;	1,60	0,63
6	Usuários iniciantes são muito bem vindos, pois podem ser futuros freqüentadores assíduos;	4,63	0,49
7	Temos uma promoção que dá descontos a usuários que trazem novos clientes;	2,53	1,20

**Tabela 6:** atendimentos aos clientes das *lan houses* da Rocinha

**Fonte:** Elaborada pelos autores

Observa-se, portanto, que os empreendedores que participaram da pesquisa têm uma motivação relacionada com a oportunidade, movida pela busca de independência e pelo aumento de suas rendas, acreditam que as oportunidades podem ser identificadas, que não são resultado de sorte ou ação do acaso e confiam que, ao se mostrarem persistentes, poderão superar os obstáculos que forem surgindo até alcançar os seus objetivos.

### Considerações finais

Um dos principais achados desta pesquisa diz respeito à confirmação da inclusão digital das classes C, D e E por meio destas *lan houses*, criadas a partir da iniciativa individual de empreendedores, sem qualquer auxílio do poder público que, ao longo dos últimos anos, insistiu na inclusão digital via telecentros ou outros meios que não contemplaram a participação da sociedade civil, principalmente dos empreendedores localizados nas comunidades de baixa renda.

Em outros termos, a ação dos empreendedores, pelo menos na Rocinha, e a forma com a sociedade se relacionou com estes serviços e com a tecnologia levou à criação de novos formatos e dinâmicas que, dificilmente, seriam previstas e organizadas por políticas públicas, mas que se mostram eficientes, principalmente no que diz respeito à inclusão digital da população brasileira que não tem possibilidade de ter acesso às novas tecnologias que não seja via este tipo de empreendimento.

Embora os resultados da pesquisa não possam ser generalizados, verificou-se que o comportamento empreendedor na base da pirâmide social, como o observado na comunidade da Rocinha, no Rio de Janeiro, não apresenta características diferentes daquelas encontradas na literatura que trata de empreendedores de outras classes sociais. Isto é, os empreendedores

da Rocinha têm uma motivação relacionada com a oportunidade, movida pela busca de independência e pelo aumento de suas rendas, como pode ser percebido pela média obtida em relação à “sempre tive vontade de ter meu próprio negócio” (4,1) e “decidi abrir a *lan house* para que ela seja um complemento na renda familiar” (4,0). Os respondentes acreditam que as oportunidades podem ser identificadas, que não são resultado de sorte ou ação do acaso, pois 65% dos respondentes discordam que “o que importa mesmo é ter sorte”, confirmado pelos 90% que discordam da afirmação “penso como o Zeca Pagodinho, deixo a vida me levar”.

Destaca-se que parte dos empreendedores duvida do mérito relacionado a trabalhar duro e alcançar os objetivos, pois apenas 45% concordam que “as coisas só acontecem para quem trabalha duro”, embora se mostrem persistentes, pois 85% deles discordam da afirmação “parto logo para outra oportunidade quando as coisas começam a dar errado” e 92,5% acreditam que “para superar os obstáculos da vida é preciso manter-se firme nos objetivos e até mudar de planos para alcançar o que se pretende” e, ainda, 90% concordam que é preciso esforço e até fazer um “sacrifício pessoal” para alcançar os objetivos.

### Referências

- AGÊNCIA BRASIL. *População da Rocinha cresce 80% em nove anos, aponta estudo*, 17 jul., 2009. Disponível em <<http://www.agenciabrasil.gov.br/>>. Acesso em: 12 mar., 2011.
- ARAÚJO, Eduardo Borba de. *Entrepreneurship e Intrapreneurship: uma trajetória literária de 1979 a 1988*. RAE. São Paulo, v.28, n.4, out./dez., 1988, p.67-76.
- ASSOCIAÇÃO DOS MORADORES DA ROCINHA. Banco do Nordeste levará microcrédito à Rocinha. 2009. Disponível em <<http://www.rocinha.org/?cat=21>>. Acesso em: 2 mar., 2011.
- BARBOSA, A. F. (Coord.) *Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil: TIC domicílios e TIC empresas*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2010.
- BARON; R. A. e MARKMAN; G. D. Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, n. 13, 2003, p. 281-301.
- CABRAL, Antônio Carvalho. Os jovens e as lan houses: entrevista concedida a Marcus Tavares. *Rio Mídia*, 4 de abril de 2008. Disponível em <[http://www.multirio.rj.gov.br/portal/riomidia/rm\\_entrevista\\_conteudo.asp?idioma=1&idMenu=4&la-bel=&v\\_nome\\_area=Entrevistas&v\\_id\\_conteudo=70756](http://www.multirio.rj.gov.br/portal/riomidia/rm_entrevista_conteudo.asp?idioma=1&idMenu=4&la-bel=&v_nome_area=Entrevistas&v_id_conteudo=70756)>. Acesso em: 15 mar., 2011.
- CANTILLON, R. *Essai sur la Nature du Commerce en Général*. London: Frank Cass Ltda., 1959. Disponível em <<http://www.econlib.org/library/NPDBooks/Cantillon/cntNTCover.html>>. Acesso em: 24 abr. 2011.
- CASTILHOS, R. B. *Subindo o morro: consumo, posição social e distinção entre famílias de classes populares*. *Anais do XXXI EnANPAD*. Rio de Janeiro, set., 2007.
- CETIC (CENTRO DE ESTUDOS SOBRE AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO). *Pesquisa sobre uso das tecnologias da informação e comunicação no Brasil*, 2008. Disponível em <<http://www.cetic.br>>. Acesso em: 15 fev., 2011.
- FAVELA TEM MEMÓRIA. *Favelas da zona sul tem memória*. 8 abr., 2010. Disponível em <<http://www.rocinha.org/blog/?p=878>>. Acesso em 10 abr., 2011.
- GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1999.
- GARTNER, W. “Who is the an entrepreneur?” is the wrong question. *Entrepreneurship Theory Practice*, v. 13, n. 4, Summer, 1989, p. 47-68.
- GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. *Complexo da Rocinha: Relatório Final - Censo Domiciliar e Censo empresarial*. Rio de Janeiro: Governo do Estado do Rio de Janeiro, mar., 2010. Disponível em <[http://urutau.proderj.rj.gov.br/egprio\\_imagens/Uploads/RD.pdf](http://urutau.proderj.rj.gov.br/egprio_imagens/Uploads/RD.pdf)>. Acesso em: 15 mar., 2011.



- GUIMARÃES, A. P. As favelas do Distrito Federal. *Revista Brasileira de Estatística*, Rio de Janeiro, Ano 14, n. 55, p. 250-278, jul./set. 1953.
- IPLANRIO (INSTITUTO DE PLANEJAMENTO MUNICIPAL). *Anuário Estatístico da Cidade do Rio de Janeiro*. Disponível em <<http://www.rio.rj.gov.br/iplanrio/>>. Acesso em: 12 dez., 2010.
- IRELAND, R. D.; REUTZEL, C. R.; WEBB, J. W. Entrepreneurship research in AMJ: what has seen published, and what might the future hold? *Academy of Management Journal*, v. 48, n. 4, aug., 2005, p. 556-564.
- LEITE, E. *O fenômeno do empreendedorismo*. Recife: Bagaço, 2000.
- MARTINS, E. O que Canudos te a ver com a favela? In: *História viva*, ano II, n. 23, 2005.
- MCCLELLAND, David C. A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- MCCLELLAND, David C. Entrepreneurship and Achievement Motivation: Approaches to the Science of Socioeconomic Development. in: Lengyel, P. (Ed.) Paris: UNESCO, 1971.
- MCCLELLAND, David C. The Achieving society. New York: VanNostrand, 1961.
- PATTON, Michael Quinn. *Qualitative research and evaluation methods*. Califórnia: Sage Publications, 2002.
- PERRIEN, J., CHÉRON, E.J., e ZINS, M. *Recherche en marketing: méthodes et décisions*. Québec: Gaetan Morin ed., 1984.
- PINSONNEAULT, A. e KRAEMER, K. L.. The survey research strategy in studies of information systems: review and critique. *Journal of Management Information Systems*, v. 10, n. 2, 1993, p. 75-106.
- REICHENHEIM, M. E. e HARPHAM, T.. Perfil intracomunitário da deficiência nutricional: estudo de crianças abaixo de 5 anos numa comunidade de baixa renda do Rio de Janeiro. *Rev. Saúde Pública*, São Paulo, v. 24, n. 1, Fev., 1990. Disponível em <<http://www.scielo.org/pdf/rsp/v24n1/11.pdf>>. Acesso em: 30 dez., 2010.
- REINHARD, Nicolau. Os desafios do acesso universal: modelos e gestão: um convite à pesquisa. In: *Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil: 2005-2009*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2010. p. 89-95.
- RICHARDSON, R.J. et al. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas, 1999.
- ROCHA, A. da e SILVA, J. F da. Inclusão social e marketing na base da pirâmide: uma agenda de pesquisa. *ERA Eletrônica*, v. 7, n. 2, jul./dez. 2008. <<http://www16.fgv.br/rae/redirect.cfm?ID=5367>>. Acesso em: 24 mar. 2011.
- SILVA, Zita Gomes da. O Perfil Psicológico do Empreendedor. Belo Horizonte: Manual do Modelo CEFE– GTZ/LUSO CONSULT/CENTRO CAPE, 1991.
- SILVEIRA, Sérgio A. Inclusão digital, software livre e globalização contra-hegemônica. Seminários Temáticos para a 3ª Conferência Nacional de CT & I. Brasília, jun., 2005. *Revista Parceria Estratégicas*, n. 20, jun., 2005, p. 421-446.
- SIMON, Herbert. *O Comportamento Administrativo*. Rio de Janeiro: FGV, 1970.
- WINSLOW, E. e SOLOMON, G. Entrepreneurs are more than non-conformist: they are mildly sociopath. *Journal of Creative Behavior*, v. 2, n. 4, 1987.