

“TUCKER: UM HOMEM E SEU SONHO”: UMA ANÁLISE FÍLMICA DAS BARREIRAS AO EMPREENDEDORISMO

“TUCKER: A MAN AND HIS DREAM”: A FILM ANALYSIS OF BARRIERS TO ENTREPRENEURSHIP

Filipe Fernandes Diéb de Araújo*
Diego de Queiroz Machado**
Hugo Osvaldo Acosta Reinaldo***
Sônia Regina Amorim Soares de Alcântara****
Rafaela Melo de Oliveira*****

RESUMO

O empreendedor é o agente com habilidades para gerar conexões, fazendo com que os recursos valiosos sejam aproveitados sinergicamente, porém dificuldades como falta de capital, alta carga tributária, juros abusivos e forte concorrência, impõem desafios para quem deseja trilhar o caminho do empreendedorismo. O estudo tem como objetivo geral analisar as principais barreiras ao empreendedorismo enfrentadas no filme "Tucker, um homem e seu sonho" de 1988, dirigido por Francis Ford Coppola. Para atendimento do objetivo geral, uma pesquisa documental foi realizada a partir da análise fílmica com abordagem qualitativa. Sua análise foi subsidiada por referencial teórico e literatura vigente. Foram encontrados os seguintes resultados: a identificação da oportunidade, obtenção de financiamento, fabricação do protótipo de automóvel, e fabricação dos automóveis. As barreiras encontradas foram: a concorrência com grandes empresas automobilísticas, dificuldade na obtenção de recursos, estrutura inadequada e mão de obra escassa, represálias de grandes empresas e políticas governamentais desfavoráveis. As barreiras enfrentadas no filme vão ao encontro das apresentadas no referencial teórico deste estudo, podendo então ser ponderadas como barreiras reais a serem enfrentadas pelo empreendedor. A importância dessa pesquisa está na investigação qualitativa da atividade empreendedora e na compreensão das particularidades do empreendedorismo.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Barreiras. Análise fílmica.

ABSTRACT

The entrepreneur is the agent with skills to generate connections, making the valuable resources to be used synergistically, but difficulties such as lack of capital, high tax burden, abusive interest and strong competition, pose challenges for those who want to walk the path of entrepreneurship. The study aims to analyze the main barriers to entrepreneurship faced in the 1988 film "Tucker, a man and his dream" directed by Francis Ford Coppola. To meet the general objective, a documentary research was

* Universidade Federal do Ceará. filipedieb@msn.com

** Universidade Federal do Ceará. diegomachado@ufc.br

*** Universidade Federal do Ceará. hugo@ufc.br

**** Universidade Federal do Ceará. reginasoaresm@gmail.com

***** Universidade Federal do Ceará. rafaela_melo@hotmail.com

conducted from the film analysis with qualitative approach. Its analysis was supported by theoretical reference and current literature. The following results were found: opportunity identification, funding, automobile prototype manufacturing, and automobile manufacturing. The barriers encountered were: competition with large automobile companies, difficulty in obtaining resources, inadequate structure and scarce labor, retaliation by large companies and unfavorable government policies. The barriers faced in the film are in line with those presented in the theoretical framework of this study and can then be considered as real barriers to be faced by the entrepreneur. The importance of this research lies in the qualitative investigation of entrepreneurial activity and in understanding the particularities of entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship. Barriers. Film analysis.

Introdução

Nas sociedades abertas, onde o sistema econômico preponderante é voltado para o direito de propriedade privada e para a organização empresarial da produção, os bens de capital devem ser alinhados e mobilizados pelos agentes privados para produzirem bens e serviços direcionados pela demanda da população. Assim, empresários com espírito de iniciativa e ousadia para o risco se tornam empreendedores e respondem pelos investimentos nos setores primário, secundário e terciário da economia. Um país somente irá se inserir como um capitalismo de mercado se houver liberdade de iniciativa e pessoas preparadas para compor um conjunto de titulares dos meios de produção (GRECO *et al.*, 2009).

Em pesquisa realizada em 2014, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e publicada em 2016, das 694,5 mil empresas que nasceram em 2009, 536,6 mil (77,3%) sobreviveram em 2010; 452,5 mil (65,2%), até 2011; 387,4 mil (55,8%), até 2012; 339,1 mil (48,8%), até 2013; e 275,0 mil (39,6%) sobreviveram até 2014. Assim, após cinco anos da entrada no mercado, verifica-se que menos de 40% das empresas entrantes em 2009 sobreviveram até 2014. Dificuldades como falta de capital, alta carga tributária, juros abusivos, forte concorrência, ausência de planejamento, necessidade de retirada imediata de recursos financeiros, falta de experiência no ramo, dentre outros fatores, impõem sérios desafios para quem deseja trilhar o caminho do empreendedorismo (IBGE, 2016).

Frente ao exposto, esta pesquisa tem como objetivo geral, analisar as principais barreiras ao empreendedorismo enfrentadas no filme “Tucker: um homem e seu sonho”, de 1988, dirigido por Francis Ford Coppola. Como objetivos específicos, foram definidos:

(1) apresentar as características do processo empreendedor desenvolvido por Tucker; (2) identificar as barreiras enfrentadas por Tucker nas suas ações de empreendedorismo; e (3) investigar os impactos gerados pelas barreiras no empreendimento criado por Tucker.

2 Referencial Teórico

Esta seção traz o empreendedorismo em seus conceitos e características, as etapas do processo empreendedor, bem como, as barreiras existentes.

2.1 Empreendedorismo: conceitos e características

O empreendedorismo é abordado desde séculos passados, mas sua importância foi ressaltada na década 80, período em que se tornou objeto de estudos em quase todas as áreas do conhecimento na maioria das nações. O empreendedorismo, em suas diversas vertentes, ocupa posição de destaque nas políticas econômicas dos países desenvolvidos e em desenvolvimento (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

A palavra empreendedorismo foi utilizada pela primeira vez em 1725, pelo economista irlandês Richard Cantillon, para definir o indivíduo que assumia riscos (ALFREDO, 2009).

O empreendedor é o agente com habilidades para gerar conexões, fazendo com que os recursos valiosos sejam aproveitados sinergicamente. Tal incumbência não é simplista, pois requer a capacidade de mobilizar recursos sociais mediante redes de solidariedade e de obrigações. Somente onde há diferenciação no interior da estrutura social é que se torna possível o surgimento do empreendedor, visto que compete a ele captar e conectar recursos produtivos socialmente dispersos (VASCONCELOS; WILKINSON; AMÂNCIO, 2008).

Quando se considera o empreendedor e o crescimento econômico, pode-se remeter a dois pressupostos teóricos, quais sejam o de Joseph Schumpeter e Israel Kirzner. No primeiro o empreendedor é visto como alguém que agrega, equilibra e aproveita as oportunidades, o segundo vê o empreendedor como um agente de disrupção ou inovação (VASCONCELOS; WILKINSON; AMÂNCIO, 2008).

As argumentações de Kirzner e Schumpeter recebem outra terminologia: a teoria comportamentalista e a teoria econômica. A teoria econômica ou schumpeteriana expõe

que os primeiros a atinarem para a importância do empreendedorismo foram os economistas. Estes, estavam fundamentalmente voltados para a compreensão do papel do empreendedor e o impacto da sua atuação na economia. Três nomes se destacaram nessa teoria: Richard Cantillon, Jean Baptiste Say e Joseph Schumpeter. Por sua vez, a teoria comportamentalista, se volta aos estudiosos do comportamento humano: psicólogos, psicanalistas, sociólogos, entre outros. O alvo desta abordagem foi o de aperfeiçoar o conhecimento sobre motivação e o comportamento humano (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Corroborando com a teoria comportamentalista, Silva, Chagas e Siqueira (2012) descrevem que o sucesso é precedido por elementos psicológicos, tais como: motivação para realização ou impulso para melhorar. Posto isso, é certo afirmar que há um perfil de comportamento característico dos empreendedores, que possibilitam a obtenção de sucesso quando há iniciativa para um empreendimento.

Considerando o contexto empresarial, fica claro que, conforme os negócios vão se globalizando, as empresas necessitam formular “um modelo” diferenciado quando se considera os recursos empresariais. A forma como esses recursos vão ser organizados e distribuídos dependerá do papel exercido pelo empreendedor dentro da empresa. Desse modo, o trabalho do empreendedor pode vir a definir a habilidade da empresa, como objetivo de adquirir, avaliar e operacionalizar seus recursos, influenciando assim o desempenho empresarial (SILVA; CHAGAS; SIQUEIRA, 2012).

Schmidt, e Bohnenberger (2009) descreveram as características atitudinais de um empreendedor, que são: auto eficácia, capacidade de assumir riscos calculados, planejador, detecta oportunidades, persistência, sociável, inovação e liderança.

Um programa de empreendedorismo deve focalizar na formulação do conceito de si e no desenrolar do *know-how* do que somente no repasse de conhecimento. O *know-how* deve-se voltar para a descrição de situações, sendo estas as principais atividades dos empreendedores: conhecer e entender mercados, identificar oportunidades de negócios, traçar objetivos, vislumbrar, projetar e estruturar organizações e dar luz a essas organizações (FILION, 2000).

Quando se considera o ambiente empreendedor no Brasil, 41,3% da população brasileira apontaria alguém com um novo negócio nos últimos dois anos. Se Comparado a países como Rússia, Índia, China e África do Sul, o Brasil só fica atrás da China, onde 50,5% da população conhece alguém que empreendeu nos últimos dois anos. No entanto, comparando com outros países, o Brasil teve um decréscimo neste índice entre 2015 e 2016. Esse fato pode advir da conjuntura macroeconômica atual do Brasil em relação ao

resto do mundo. Além disso, o empreendedorismo brasileiro no ano de 2016 se concentrou em menos atores, assim menos pessoas estão empreendendo e por isso um percentual menor da população conhece algum empreendedor recente (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2017).

2.2 Etapas do processo empreendedor

O processo empreendedor abrange todas as atividades referentes à criação de um novo negócio, desde a concepção da ideia até o sustento e continuidade do mesmo. Ele fornece ao empreendedor, informações e planos de ação que o direcionarão a tomar decisões assertivas, frente aos desafios que, certamente, surgirão nessa trajetória (RUPPENTHAL; CIMADON, 2012).

Segundo Dornelas (2001), o processo empreendedor pode ser compreendido a partir de quatro etapas, listadas no Quadro 1:

Quadro 1 - Etapas do processo empreendedor

| ETAPAS | DESCRIÇÃO |
|--|---|
| Identificação e avaliação a oportunidade | É a fase na qual uma oportunidade é identificada e analisada para poder avaliar sua viabilidade no tangente a: concorrências, necessidade de mercado e ciclo de vida do produto. |
| Desenvolvimento do plano de negócios | O plano de negócios engloba todos os processos da empresa. Ele irá auxiliar na busca por informações sobre os produtos ou serviços a serem ofertados, pontos fortes e fracos da empresa, bem como a identificação de possíveis clientes, fornecedores e concorrentes, contribuindo para a análise da viabilidade do negócio e para a gestão da empresa em seu funcionamento. |
| Captação de recursos | Auxiliado pelo plano de negócios, o empreendedor deve analisar as melhores alternativas de financiamento para seu negócio. Essa captação pode se dar através de diversas formas; desde financiamentos bancários até empréstimos de familiares ou amigos. |
| Gerenciamento | Após a oportunidade ter sido identificada e viabilizada pelo plano de negócios, cabe ao empreendedor, o gerenciamento do negócio, quando este estiver em pleno funcionamento. Essa etapa se configura como fundamental para o sucesso do negócio, pois o empreendedor precisará de várias habilidades para lidar com situações diversas, como: relacionamento com clientes, formação e capacitação de equipe, gestão financeira, dentre outras. |

Fonte: Dornelas, 2001.

Baron e Shane (2007) também analisam o processo empreendedor em fases distintas (Quadro 2), embora não seja tão simples distingui-las pela complexidade do processo. A tendência é que as fases ocorram naturalmente ao longo do tempo.

Quadro 2 - Etapas do processo empreendedor

| ETAPAS | DESCRIÇÃO |
|--|--|
| Identificação e avaliação a oportunidade | Quando empreendedor consegue enxergar algo que tenha o potencial de gerar lucro. |
| Coletas de informações úteis ao negócio e captação de recursos financeiros | Informações sobre mercado, concorrência, fornecedores, bem como, na capacitação da equipe de trabalho e captação de recursos financeiros para viabilizar a ideia em questão. |
| Elevação da ideia a um patamar tático | Ocorre o desenvolvimento do produto/serviço, a definição das responsabilidades da equipe, definição de metas e objetivos, dentre outras tomadas de decisões que irão estabelecer o elo entre o produto/serviço e o mercado. |
| Caminho percorrido ao encontro do sucesso | Esta é uma fase contínua, pois as tomadas de decisões, estratégias e ações corretas são constantemente requeridas para que a empresa possa estar sempre bem contextualizada em seu meio de atuação e caminhando a frente de seus concorrentes. |
| Fruto do trabalho bem executado | Após todo o planejamento, estratégias, dedicação, comprometimento e muitos esforços realizados, o empreendimento recompensará o empreendedor com o lucro almejado. |

Fonte: Elaborado a partir de Baron e Shane, 2007.

Corroborando ao que afirma Baron e Shane (2007), no processo de empreendedorismo deve-se buscar oportunidades de negócios, em uma sociedade onde há busca por inovações, assume-se o risco em dar prosseguimento com a intenção de obtenção de renda (CUSTÓDIO, 2011).

Analisando os dois modelos expostos, percebe-se que o modelo apresentado por Dornelas (2001) segue uma linha mais metódica com as etapas mais fragmentadas. O autor inicia o processo com a identificação e avaliação da oportunidade, para no segundo passo, citar o desenvolvimento do plano de negócios. Após o segundo passo, o empreendedor deve viabilizar a captação de recursos, o que possibilitaria o início das suas atividades, e em sequência, gerenciar seu negócio.

Baron e Shane (2007) tratam o processo do empreendedor de um modo menos fragmentado, como se as etapas estivessem entrelaçadas umas às outras, sendo difícil de identificar onde termina uma e começa a outra. Por conta disto, as etapas enumeradas por ele são mais abrangentes.

Enquanto Dornelas (2001) cita a criação de um Plano de Negócios como uma etapa do processo, Baron e Shane (2007) não deixam claro em qual fase tal passo se encaixaria. Da mesma forma como Baron e Shane classifica o processo chamado de “Gerenciamento” por Dornelas (2001) como “Caminho Percorrido ao Encontro do Sucesso”. Baron e Shane (2007) enxergam o processo de uma maneira mais consubstanciada, enquanto Dornelas (2001) o cita de uma forma mais sistêmica.

2.3 Barreiras ao Empreendedorismo

Existe uma relação positiva entre a ação empreendedora e o crescimento econômico de uma nação, em virtude da possível geração de emprego, mitigação das disparidades sociais, aumento da produção de empresas multinacionais e também o desenvolvimento de estratégias empresariais de sustentabilidade (SARFATI, 2013).

Quando se fala em ação empreendedora, é importante frisar a diferença entre esta e a ação de um trabalhador por conta própria, em que a atividade de um empreendedor por estilo de vida contribui para a satisfação de necessidades de pequeno porte, já a ação empreendedora, se caracteriza por empresas com um crescimento acelerado, tem uma atividade de alto crescimento que, gera empregos e valor econômico (SARFATI, 2013).

O empreendedor deve também ser capaz de identificar as barreiras que afetam seu processo empreendedor, para assim ser capaz de dirimir as dificuldades que possam emergir. A literatura aponta que há indivíduos com o potencial empreendedor que se abatece frente alguns facilitadores, que são o estilo de liderança ou identificação de oportunidades de negócios (SOUZA, 2014).

Ao se tratar de barreiras ao processo empreendedor, existem as comportamentais ou contextuais que podem ser exemplificadas através do receio em assumir riscos na abertura de um negócio e ausência de capital. As variáveis demográficas, sociais, trabalhistas e elementos circunstanciais, tais como o acesso à informação e redes sociais constituem, também, em barreiras ao processo (SOUZA, 2014).

De início, a obtenção de recursos, segundo Malheiros (2001) e Aguiar (2012), é considerada como um entrave ao processo empreendedor brasileiro. Isto, porque o crédito no Brasil é relativamente caro quando se contrasta com outros países. É necessário elaborar programas orientados ao desenvolvimento do empreendedorismo, políticas governamentais, fomento financeiro, educação, capacitação e infraestrutura de apoio técnico-gerencial para a atividade (PEREIRA; VERRI, 2014).

Malheiros (2001) apresenta diversos fatores que podem influir negativamente nas ações empreendedoras, as quais descrevem: demanda para a produção final; oferta de recursos necessários à formação de novos negócios; a inflação, tributação, barreiras regulamentares restritivas e crises políticas. A autora ainda considera e destaca as dificuldades enfrentadas por pequenas e médias empresas, como a limitação de capital de giro e financiamento, falta de matéria prima e oscilações do mercado consumidor interno e externo.

O financiamento é uma variável importante para o processo empreendedor, constituindo uma barreira para o empreendedorismo, pois são cobradas altas taxas de juros e existe o excesso de burocracia. Há ainda, o excesso de taxas e a limitação de garantias bancárias. Segundo Aguiar (2012), as várias dificuldades enfrentadas para a obtenção do financiamento conduzem os empreendedores a iniciar o arranque da empresa com meios próprios.

Outro empecilho para o empreendedor está na concorrência enfrentada. Se deparar com empresas estabelecidas no mercado há mais tempo, com mais experiência no ramo e já estáveis em sua área de atuação, certamente não é uma tarefa das mais fáceis. Além disso, a entrada de um produto inovador pode não ser aceito pelos seus concorrentes (FELDENS *et al.*, 2012).

Segundo Rocha (2016), as principais barreiras declaradas para o empreendedorismo foram a ausência de formação e competência dos recursos humanos, o não reconhecimento e recompensa, a falta de condições de trabalho no que tange a instalações e meios materiais. Os facilitadores mais citados foram comunicação, participação e espaço, recursos humanos formados por pessoas mais jovens, com mais formação e competência. O Quadro 3 sumariza barreiras apontadas pelos autores acima citados.

Quadro 3 – Principais barreiras ao processo empreendedor

| AUTORES | BARREIRAS |
|------------------------|--|
| Rocha (2016) | Falta de preparo dos recursos humanos e materiais, infraestrutura de apoio técnico-gerencial para a atividade. |
| Malheiros (2001) | Escassez de recursos, normas políticas e econômicas restritivas. |
| Aguiar (2012) | Obtenção de financiamento. |
| Pereira e Verri (2014) | Ausência de programas orientados ao desenvolvimento do empreendedorismo, de políticas governamentais e fomento financeiro. Limitação na educação e capacitação para o empreendedorismo, e infraestrutura de apoio técnico-gerencial para a atividade. |
| Souza (2014) | Receio em assumir riscos. |
| Feldens et al. (2012) | Resistência à inovação por parte da concorrência. |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Frente ao exposto, se apreende que as barreiras ao empreendedorismo perpassam por um contexto multifacetado, que engloba aspectos atitudinais, políticos, econômicos, sociais e estruturais.

3 Metodologia

Esta pesquisa se utiliza da abordagem qualitativa de pesquisa, a qual não quantifica os valores nem trocas simbólicas, além de não se porem à prova de fatos, visto que os dados analisados são não métricos, mas busca a profundidade na análise do conteúdo ou fenômeno de interesse (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Trata-se de uma pesquisa documental, a partir de uma análise fílmica. A pesquisa documental se caracteriza por ter sua fonte proveniente de documentos escritos ou não, podendo ser realizada no momento em que o fato ocorreu ou posterior a ele. Na categorização da pesquisa documental, se inclui as fontes secundárias, nas quais se enquadra a utilização de filmes (MARCONI; LAKATOS, 2009).

A análise fílmica ora desenvolvida, serviu como fundamentação à análise de conteúdo que, segundo Penafria (2009), se caracteriza pela delimitação do tema do filme, resumo e decomposição da história. Analisar um filme resulta também em sua descrição e a compreensão de elementos por ele apresentados (PENAFRIA, 2009).

Em uma análise de filmes ou documentários os pontos de vista utilizados são imbuídos de significados sobre a intenção do produto e, sobretudo, do realizador, em que se permite apreender do filme o seu sentido ideológico. Nesse tipo de análise, se identifica a mensagem do filme em relação ao seu tema e contemporaneidade (MOMBELLI; TOMAIM, 2014).

Para atender aos objetivos propostos para a pesquisa, selecionou-se um filme que retratasse no enredo o processo empreendedor, bem como as barreiras do percurso. A partir do site Revista MKT News (2015), encontrou-se um total de 20 filmes que poderiam retratar de maneira direta ou indireta o processo empreendedor e as barreiras ao empreendedorismo. Inicialmente, procedeu-se a leitura dos títulos, sua ficha técnica e ano de exibição. Após esta análise inicial, seis filmes foram eleitos, por conveniência, para uma “leitura” e “análise” de suas características internas e ideologia representada.

Foi selecionado o filme “Tucker: um homem e seu sonho”, lançado no dia 16 de dezembro de 1988, sob a direção de Francis Ford Coppola, cuja sinopse se volta para a descrição da façanha de Preston Tucker, que ensejou a fabricação de um novo conceito de automóvel nos Estados Unidos.

As cenas consideradas mais importantes foram descritas com maiores detalhes nos resultados, e tiveram sua cronologia apresentada em horas e minutos. A análise e discussão dos resultados foi embasada pelos autores apresentados no referencial teórico

com ênfase para Dornelas (2001) e Baron e Shane (2007), contudo, o modelo adotado para a identificação do processo empreendedor no Filme foi o de Baron e Shane (2007). O modelo escolhido se adequa à trajetória do protagonista por apresentar as etapas de maneira menos sistemática e mais agregada entre si.

4 Resultados e Discussão

A construção desta seção envolve a exposição dos resultados obtidos buscando atender aos objetivos propostos.

4.1 Etapas do processo empreendedor

O filme se passa nos Estados Unidos, no final da década de 1940, tendo como protagonista, Preston Thomas Tucker, industrial e designer automotivo. Tucker nasceu em Capac, Michigan em 21 de setembro de 1903 e seu primeiro emprego foi como *office-boy* na Sede da Cadillac Motor Company. Anos mais tarde, Tucker já ocupava o cargo de diretor comercial da Pierce-Arrow. Pouco depois, se tornaria proprietário de uma concessionária Packard em Indianápolis.

Para concatenar as etapas do empreendedorismo às cenas do filme, foi utilizado o proposto de Baron e Shane (2007), visto no quadro a seguir.

Quadro 4 – Etapas do Processo Empreendedor

| ETAPAS | DESCRIÇÃO |
|---|---|
| Identificação e avaliação a oportunidade | Através da elaboração de uma pesquisa de mercado para saber o que os americanos iriam querer após o término da Segunda Guerra Mundial. (04m:10s) |
| Coletas de informações úteis ao negócio e captação de recursos financeiros. | O protagonista passa parte do seu tempo no autódromo de Indianápolis, fazendo parcerias com grandes profissionais do ramo, coletando informações. (01m:50s). Financiamento obtido com pessoas próximas (24m:00s) e através de estratégia de venda de ações (22.:57s). |
| Elevação da ideia a um patamar tátil | Inicia-se na fabricação do protótipo do modelo Tucker Torpedo (23m:40s) |
| Caminho percorrido ao encontro do sucesso | Após o lançamento do protótipo, inicia-se a fabricação dos automóveis em série. Nesse processo, o protagonista enfrenta as adversidades, mas por se mostrar um empreendedor perspicaz, visionário e determinado, consegue conduzir sua equipe ao encontro do êxito. (53m:50s) |
| Fruto do trabalho bem executado | Mesmo com todas as obstáculos enfrentados, Tucker consegue entregar os cinquenta carros prometidos no tempo acordado. (01h:35m) |

Fonte: Elaborado pelos autores

As etapas, conforme Baron e Shane (2007), contemplam a identificação e avaliação de uma oportunidade no filme, caracterizadas pela elaboração de uma pesquisa de mercado sobre o interesse emergente da sociedade norte-americana pós Segunda Guerra mundial.

No processo de empreendedorismo é pertinente buscar ou estar atento às oportunidades de negócios. Em uma sociedade ávida por inovações, o empreendedor assume o risco em dar prosseguimento ao negócio, com a intenção de obtenção de renda, reconhecimento e crescimento no mercado. Não se pode desvincular o novo do empreendedorismo, tampouco o diferente, tendo como foco a inovação e a criação de valor (CUSTÓDIO, 2011).

Conforme Custódio (2011) deve-se proceder ao reconhecimento ou coleta de captações úteis ao mercado, para então perscrutar a viabilidade financeira. No filme, essa etapa é vista quando Preston Thomas Tucker destina seu tempo e esforço no autódromo de Indianápolis em Indiana, nos Estados Unidos da América, coletando informações sobre o ramo automobilístico.

Após o percurso inicial, segue de forma mais concreta e oficial a elevação da ideia a um patamar tático. Ocorre o desenvolvimento de um arquétipo com a idealização virtual, ainda em papel, e logo após a projeção de um protótipo do automóvel que Tucker desejava fabricar. No filme, a definição das responsabilidades da equipe, a definição de objetivos e metas, dentre outras tomadas de decisões, foram se dando conforme a sensibilidade de Tucker na seleção da equipe. As pessoas que se apresentavam e declaravam habilidade para projeção de uma etapa, poderiam integrar a equipe de Tucker.

O protagonista era apaixonado, não apenas pelo seu negócio, mas pela ação de empreender. Tal caracterização foi descrita por Dornelas (2007). Apesar do empenho e características empreendedoras, Tucker se deparou com barreiras que comprometeram, o processo empreendedor.

4.2 Barreiras ao Processo Empreendedor

No ano de 1937, Tucker inaugurou em Ypsilant seu novo empreendimento chamado Tucker Aviaton Corporation, empresa do ramo industrial de fabricação de canhões, tanques e até aviões para a Segunda Guerra Mundial (2m:08s). O protagonista se mostrou atento às oportunidades de mercado. Após o término da guerra, ele redirecionou seus esforços para a criação de seu grande sonho: o de projetar e fabricar o

melhor automóvel já feito (1m:42s): um automóvel veloz, com design inovador, preço acessível e, sobretudo, seguro. Iniciava, então, o projeto Tucker Torpedo, o carro do amanhã, como ele mesmo intitulava.

Logo os empecilhos ao negócio começaram a surgir. Tucker precisou enfrentar riscos e obstáculos logo no início de seu projeto. O primeiro obstáculo foi a necessidade do protagonista em captar recursos para iniciar suas atividades. Tucker viabilizou um contrato que lhe cederia um local para a fabricação de seus carros e o qualificaria como uma companhia industrial legal (22m:12s). Em contrapartida, ele teria que fabricar 50 carros no período de um ano. A necessidade de capital é citada por Maximiano (2006) como uma das principais barreiras ao empreendedorismo. Tucker, com sua capacidade motivadora, conseguiu um empréstimo com seu assistente Abe Karatz para a fabricação do protótipo (24m:07s) para o lançamento em Nova Iorque, com o objetivo de atrair investidores para o seu projeto. Esse tipo de financiamento, segundo Dornelas (2001, p.25), é “o tipo de financiamento mais comum e que, geralmente, é conseguido devido a fatores pessoais e do ambiente que cerca o empreendedor.”

Mesmo sem estrutura organizacional e de mão-de-obra, obstáculo citado por Rocha (2016), Tucker conseguiu fabricar o protótipo, embora a ausência de recursos tivesse quase arruinado seu projeto. O sucesso do projeto começou a incomodar as três grandes montadoras automotivas dos Estados Unidos, em Detroit, General Motors, Ford e Chrysler. O Tucker Torpedo, mesmo antes de ser lançado, se posicionava como uma ameaça real ao monopólio das três montadoras. O automóvel trazia diversos recursos inovadores tanto em seu design, quanto em sua motorização, conseguindo um desempenho superior aos seus concorrentes gastando menos combustível (50m:41s), e principalmente, nos itens de segurança, oferecendo cintos de segurança e painel anti-choque de borracha (50m:51s). Consoante com o que Feldens et al. (2012) já citava, todas essas inovações não foram bem aceitas pelas Três Grandes, como eram chamadas as três montadoras, pois trariam sérios riscos ao monopólio deste grupo.

Ao se verem incapazes de acompanhar tais evoluções, se observa, a partir desse momento, uma grande retaliação ao projeto do Tucker Torpedo. Os empresários das três fabricantes iniciaram um grande boicote à fabricação do automóvel, com envolvimento até do Senado Federal (01h:09m).

Outro obstáculo imposto foi a dificuldade na compra de matérias-primas, como a argila e o aço (33m:21s). O valor disponibilizado para a compra saíria quase duas vezes mais caro do que para os concorrentes. Mais uma barreira encontrada por Tucker foram

as intervenções do corpo administrativo das montadoras ao projeto do Tucker Torpedo. A fim de alavancar as vendas futuras de seus automóveis, Tucker precisou do apoio das três grandes fabricantes de Detroit. Mas ao invés de apoio, houve uma verdadeira infiltração em suas operações com o propósito de prejudicar e pôr fim ao empreendimento.

Eles impuseram alterações em sua aerodinâmica, cores, padrão do motor, que antes se posicionava na parte traseira e teria que ser posto na parte dianteira como todos os outros modelos, retirada do farol central que se direcionava para o lado da curva, a fim de aumentar a visibilidade à noite, impuseram a retirada dos freios de discos, da injeção de combustível, elevadores hidráulicos e até mesmo dos cintos de segurança, itens inovadores na época (59m:12s). Por fim, alteraram, até mesmo, o valor comercial pretendido (56m: 30s), comprometendo completamente o projeto original idealizado pelo protagonista. Mas Tucker, com sua determinação, confrontou o monopólio existente e continuou com seu sonho de lançar o melhor carro já feito.

Após vários entraves, veio o golpe final. Investigações, falsas acusações de fraudes e lavagem de dinheiro (1h:17m) recaíram sobre Tucker e sua companhia. Um inquérito foi instaurado encabeçado pelo Senador Fergusson, que estava envolvido com as montadoras de Detroit no boicote ao empreendimento. Travou-se, então, uma batalha judicial. Interdição da fábrica, documentos e bens confiscados, telefones grampeados; todos os esforços empregados para conseguirem alguma prova que pudesse incriminar Tucker (01h:18m). Todo esse processo ocorre no momento em que sua fábrica está em pleno processo de fabricação dos 50 carros de acordo com o contrato estabelecido. Faltavam apenas três carros para alcançar o objetivo acordado e os empregados mais próximos à Tucker resolveram empregar todos seus esforços e fabricarem por conta própria, os três carros no período de um mês (01h:21m).

As barreiras ao processo empreendedor e seus impactos puderam ser identificadas nas cenas e relacionadas às etapas do processo empreendedor, citadas por Barron e Shane (2007), resumidas no Quadro 5, a seguir:

Quadro 5 – Barreiras ao processo empreendedor de Tucker

| ETAPAS DO PROCESSO EMPREENDEDOR | BARREIRAS AO PROCESSO EMPREENDEDOR | IMPACTOS DA BARREIRA |
|---|---|--|
| Identificação e avaliação da oportunidade | Oportunidade pertencente a um mercado monopolizado pela | Condições bastante adversas para viabilidade de fabricação do produto. |

| | | |
|---|---|--|
| | chamada Três Grandes de Detroit | |
| Coletas de informações úteis ao negócio e captação de recursos financeiros. | Dificuldade na obtenção de recursos financeiros | Necessidade de realização de venda antecipada do produto para se adquirir capital, o que, posteriormente, lhe prejudicou gerando falsas acusações. |
| Elevação da ideia a um patamar tátil | Estrutura inadequada e mão-de-obra escassa | O protótipo do produto foi finalizado instantes antes do seu lançamento, pondo em risco todo o planejamento |
| Caminho percorrido ao encontro do sucesso | Fortes represálias oriundas do monopólio existente. | Dificuldade na aquisição de matérias primas; restrições às inovações apresentadas |
| Fruto do trabalho bem executado | Políticas governamentais | Mesmo com o sucesso do empreendimento, o protagonista foi alvo de inúmeros processos e, completamente desamparado pelas políticas governamentais, foi obrigado a fechar sua fábrica e encerrar sua produção. |

Fonte: elaborado pelos autores.

É possível perceber que a trajetória empreendedora de Tucker não fugiu à regra. Embora o protagonista tenha seguido as etapas do processo empreendedor e superado as barreiras iniciais à fabricação do seu automóvel, o mesmo não pode dar continuidade ao seu negócio, devido às conspirações provocadas por seus concorrentes. Apesar disso, Tucker considerou seu projeto como um sucesso, pois conseguiu o objetivo a que se propôs: fabricar os 50 automóveis no período de um ano. E como um empreendedor do tipo serial, descrito por Dornelas (2001), ávido por novos desafios, Tucker, impedido de fabricar automóveis, já projeta outro empreendimento, ao identificar uma necessidade social.

Considerações finais

A análise fílmica foi adotada com a finalidade de conhecer as etapas do processo empreendedor, as barreiras inerentes, bem como seu impacto no empreendedorismo. Para que um empreendimento se torne possível, o empreendedor deve seguir etapas importantes que contemplam a concepção, a identificação de oportunidades e a coleta de informações úteis ao negócio.

As principais barreiras encontradas por Tucker foram a ampla concorrência encontrada com grandes empresas automobilísticas, dificuldade na obtenção de recursos, estrutura inadequada e mão de obra escassa, represálias de grandes empresas e políticas governamentais desfavoráveis. Tais barreiras vão ao encontro das apresentadas no referencial teórico deste estudo, podendo então ser ponderadas como barreiras reais a

serem enfrentadas pelo empreendedor, gerando um impacto na viabilização do empreendimento.

A importância deste estudo reside no fato de que, apesar do filme ter sido gravado há mais de trinta anos, ele se mostra atemporal em muitos aspectos do empreendedorismo, tais como as características do empreendedor e as barreiras enfrentadas.

As barreiras apresentadas, geraram impacto direto no empreendimento, como necessidade de realização de venda antecipada do produto para se adquirir capital, o que, posteriormente, gerou falsas acusações; o protótipo do produto foi finalizado instantes antes do seu lançamento, pondo em risco todo o planejamento. E mesmo com o sucesso do empreendimento, o protagonista foi alvo de inúmeros processos e, completamente desamparado pelas políticas governamentais, foi obrigado a fechar sua fábrica e encerrar sua produção. Apesar disso, houve uma experiência exitosa pela fabricação do produto idealizado, fazendo Tucker um referencial de empreendedor nos dias atuais.

Para pesquisas futuras, é sugerido que estudos que envolvam empreendedorismo possam apresentar um referencial teórico no formato de revisão integrativa, para ampliar o número de autores que tratam da temática.

Referências

AGUIAR, M. L. F. **O empreendedorismo como fator dinamizador da competitividade regional: o papel do financiamento.** 2012. 83 f. Dissertação (Mestrado em Finanças Empresariais) - Instituto Politécnico, Porto, 2012.

ALFREDO, L. H. P. **Empreendedorismo: origem e desafios para o Brasil do século XXI.** 2009. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/empreendedorismo-origem-e-desafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi/33075/>. Acesso em: 29 set. 2017

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.

BARON, R. A.; SHANE, A. **Empreendedorismo: uma visão do processo.** São Paulo: Thompson Learning, 2007.

CUSTÓDIO, T. P. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio.** 2011. 60 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Centro Universitário Católico Salesiano *Auxilium*, São Paulo, 2011.

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

- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- FELDENS, M.A.; MACCARI, A.; EMERSON, PAIXÃO GARCEZ, M. **Barreiras para a inovação em produtos nas pequenas e médias empresas de tecnologia no Brasil**. 2012. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=123023629001>> Acesso em: 19 out 2017.
- FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE Light**, v. 7, n. 3, p. 2-7, 2000.
- GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**: 2016. Curitiba: IBQP, 2017.
- GRECO, S. M. S. S.; BASTOS JUNIOR, P. A.; MACHADO, J. P.; FELIX, J. C.; SILVESTRE, R. G. M.; PASSOS, C. A. K.; SCHLEMM, M. M.; MEZA, M. L. F. G.; RISSETE, C. R.; CUNHA, S. K.; BULGACOV, Y. L. M.; CAMARGO, D.; RÉA, M. X. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2009.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Demografia das empresas**: 2014. Rio de Janeiro: IBGE, 2016.
- MALHEIROS, R. C. C. **As principais barreiras ao empreendimento de novos negócios: um modelo que considera as condições do empreendedor na configuração dessa percepção**. 2001. 209 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção e Sistemas) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.
- MARCONI, L.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- MOMBELLI, N. F.; TOMAIM, C. S. Análise fílmica de documentários: apontamentos metodológicos. **Lumina**, v. 8, n. 2, p. 1-17, 2014.
- PEREIRA, J. A.; VERRI, R. A. Dificuldades na Criação de Empresas em Diferentes Momentos: um estudo de casos múltiplos, a partir da ótica dos empreendedores. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 8, n. 2, p. 2-17, 2014.
- PENAFRIA, M. **Análise de Filmes – conceitos e metodologia(s)**. 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>. Acesso em: 1 set. 2017.
- REVISTA MKT NEWS. **20 filmes inspiradores que todo empreendedor deve assistir**. Disponível em: <http://www.revistamktnews.com/2015/07/20-filmes-inspiradores-que-todo.html>. Acesso em: 28 set. 2017.

ROCHA, P. O. **Empreendedorismo no Brasil**: análise do empreendedorismo brasileiro através do relatório GEM. 2016. 33 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Gestão do Comércio Internacional) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2016.

RUPPENTHAL, J. E.; CIMADON, J. E. O processo empreendedor em empresas criadas por necessidade. **Gest. Prod.**, v. 19, n. 1, p. 137-149, 2012.

SARFATI, G. Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **Rev. Adm. Pública**, v. 47, n. 1, p. 25-48, 2013.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Entrepreneurial Profile and Organizational Performance. **RAC**, v. 13, n. 3, art. 6, p. 450-467, 2009.

SIMÕES, V. C.; DOMINGUINHOS, P. **Empreendedor, Oportunidade, Projecto**: o trinômio do empreendedorismo. 2006. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.26/4105>. Acesso em: 26 set. 2017.

SILVA, I. M.; CHAGAS, A. C. C.; SIQUEIRA, S. V. C. Características de empreendedorismo internacional no processo de internacionalização: um estudo de caso na empresa Menendez&Amerino. **Internext –Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 7, n. 2, p. 107-136, jul./dez. 2012.

SOUZA, G. H. S. **Inventário de barreiras e fatores ao empreendedorismo: construção e validação de uma medida psicométrica**. 2014. 84 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Instituto de Psicologia, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2014.

VASCONCELOS, V.; WILKINSON, G.; AMÂNCIO, J. R. Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem. **RAE eletrônica**, v. 7, n. 1, p. 1-17, 2008.