

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS – CSHNB
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

MARIA ROSEANE DE MOURA LUZ

**EMPREENDEDORISMO: A INFLUÊNCIA DO EMPREENDEDOR PARA O
SUCESSO DA ORGANIZAÇÃO, UM ESTUDO DE CASO APLICADO A EMPRESA
“ARMAZÉM SERTANEJO” NA CIDADE DE PICOS – PI**

PICOS – PI

2012

MARIA ROSEANE DE MOURA LUZ

**EMPREENDEDORISMO: A INFLUÊNCIA DO EMPREENDEDOR PARA O
SUCESSO DA ORGANIZAÇÃO, UM ESTUDO DE CASO APLICADO A EMPRESA
“ARMAZÉM SERTANEJO” NA CIDADE DE PICOS – PI**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Piauí – UFPI, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador(a) prof^a. Élvia Florêncio Torres, M.Sc.

PICOS – PI

2012

FICHA CATALOGRÁFICA

Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí

Biblioteca José Albano de Macêdo

L979e Luz, Maria Roseane de Moura.

Empreendedorismo: a influência do empreendedor para o sucesso da organização, um estudo de caso aplicado a empresa, "armazém sertanejo", na cidade de Picos-PI / Maria Roseane de Moura Luz. – 2012.

CD-ROM : il. ; 4 ¼ pol. (59 p.)

Monografia(Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí. Picos-PI, 2012.

Orientador(A): Profa. MSc. Élvia Florêncio Torres

1. Empreendedorismo. 2. Inovação. 3. Plano de Negócios. I. Título.

CDD 658.401 2

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS – CSHNB

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA DE MONOGRAFIA
DE GRADUAÇÃO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

MARIA ROSEANE DE MOURA LUZ

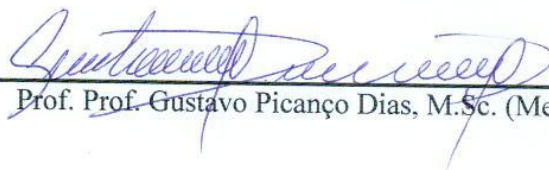
**A INFLUÊNCIA DO EMPREENDEDOR PARA O SUCESSO DA
ORGANIZAÇÃO: UM ESTUDO APLICADO A EMPRESA “ARMAZÉM
SERTANEJO” NA CIDADE DE PICOS – PI**

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sobre a presidência da primeira, considera a discente Maria Roseane de Moura Luz **APROVADA**.

Picos 24 de Outubro de 2012



Profª. Elvia Florêncio Torres, M.Sc. (Orientadora)



Prof. Prof. Gustavo Picanço Dias, M.Sc. (Membro)



Prof. Verônica Oliveira Maia, Esp. (Membro)

Dedico esta monografia de modo todo especial aos meus pais (Luiz e Maria) pela confiança que sempre depositaram em mim, aos meus irmãos e ao meu querido esposo (Alfredo Filho) pela força e determinação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida e da inteligência que me destes, por ser fonte divina de vida, graças e vitórias recebidas.

Agradeço também a minha família pela força e colaboração nos momentos em que mais precisei e, em especial aos meus pais, meus irmãos e ao meu querido esposo (LUAN) por seus incentivos de luta e vitória.

A minha querida professora e orientadora Élvia Florêncio Torres, que dispôs de paciência, determinação e força de vontade, contribuindo assim, para que esse trabalho fosse concluído. Agradeço também a todos os professores do curso de administração por contribuírem através de seus conhecimentos para a completa formação de seus discentes.

Agradeço de forma toda especial, aos empresários (sócios) que formam a empresa Armazém Sertanejo, por colaborarem com as informações necessárias para a completa realização desse trabalho.

Jamais poderia esquecer os meus colegas de turma, pois estivemos lado a lado em todos os momentos de dificuldades, enfrentando todos os obstáculos que surgiram ao longo dessa jornada e buscando sempre conquistar nossos objetivos e alcançar muitas vitórias.

Enfim, a todos que estiveram sempre ao meu lado acreditando no meu potencial, meu muito obrigado!

RESUMO

No atual contexto em que se vive, é importante entender como ocorre o processo de introdução, crescimento e desenvolvimento de uma organização no mercado competitivo. Existe uma figura indispensável - a do empreendedor - que consegue através de seu potencial, enxergar novas fontes de oportunidades e disponibilizar de ideias inovadoras. Esses indivíduos possuem em seu perfil características que influenciam diretamente no sucesso ou fracasso de uma empresa. O objetivo principal desse estudo é identificar como os empreendedores transformam simples ideias em negócios lucrativos, tornando assim empreendedores de sucesso. O presente trabalho foi desenvolvido através de uma pesquisa exploratória junto aos empresários (sócios) de uma empresa do setor de atacado e distribuição de estivas em geral, localizada na cidade de Picos-PI, os dados concernentes ao problema em estudo foram coletados através da aplicação de uma entrevista, o que classifica a pesquisa como sendo qualitativa. Os resultados obtidos demonstram que o grupo de empreendedores estudados possuem o perfil e características de empreendedores de sucesso encontrados na literatura. Porém foi encontrado uma falha referente a segunda etapa do processo empreendedor que é a elaboração do plano de negócios, pois foi observado que os entrevistados fizeram um planejamento informal deixando de lado a elaboração de um plano de negócio detalhado e formal, o que de acordo com a literatura é indispensável para alcançar o sucesso almejado pela organização.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Oportunidades. Inovação. Plano de Negócio.

ABSTRACT

In the current context in which we live, it's important to understand how happens the process of the introduction, growth and development of an organization in the competitive market. There is an indispensable figure – the entrepreneur – who he sees through his potential new sources of opportunities and provides innovative ideas. This individual has characteristics in his profile that directly influence in the success or failure a company. The main objective of this study is identify how entrepreneurs transform simple ideas into profitable businesses, making them successful entrepreneurs. This work was developed through of an exploratory research with entrepreneurs (partners) of a company in the sector of wholesale and distribution of estivas in general, located in the city of Picos – PI. Data concerning the problem in study were collected through the application of an interview, what qualifies as qualitative research. The results show that the group of entrepreneurs studied has characteristics and profiles of successful entrepreneurs who have been found in the literature. However was found a failure in the second stage of the entrepreneurial process which is the preparation of the businesses plan, because it was observed that the respondents did an informal planning setting aside the development of a detailed business plan and formal, which according to literature is indispensable to achieve the desired success of the organization.

Keywords: Entrepreneurship. Opportunities. Innovation. Business Plan.

LISTA DE FIGURAS E QUADROS

Figura 1: Grupo das características.....	20
Quadro 1: Fatores que influenciam no processo empreendedor.....	23

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO	10
1.1 Problema de pesquisa	11
1.2 Objetivos	12
1.2.1 Geral	12
1.2.2 Específicos	12
1.3 Justificativa	12
CAPÍTULO 2 – REVISÃO DA LITERATURA	14
2.1 Evolução histórica	14
2.2 Conceitos de empreendedorismo	17
2.3 Características e perfil do empreendedor	18
2.4 Tipos de empreendedorismo	21
2.5 O processo empreendedor	23
2.5.1 Identificação e avaliação da oportunidade.....	24
2.5.2 Desenvolvimento do plano de negócios	25
2.5.3 Determinação dos recursos necessários.....	26
2.5.4 Administração da empresa	28
2.6 Inovação	29
CAPÍTULO 3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	31
3.1 Conceito de Metodologia	31
3.2 Delineamento da pesquisa	31
3.3 Fonte de dados	32
3.4 Seleção dos entrevistados	32
3.5 Coleta de dados	33
3.6 Análise da coleta dos dados	34
CAPÍTULO 4 - APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	35
4.1 Perfil dos entrevistados	35
4.2 Os fatores críticos de sucesso	42
4.3 O processo empreendedor	47
CAPÍTULO 5- CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
REFERÊNCIAS	55
APENDICE A – roteiro de entrevista realizado com os empreendedores da empresa “Armazém Sertanejo”	57

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO

A sociedade tem passado por diversas modificações em períodos de tempo considerados curtos, e isso aconteceu especialmente durante o século XX, tendo se prolongado até os dias atuais, período este em que foi criada a maioria das invenções que revolucionaram o modo de vida das pessoas. Frequentemente, essas invenções são frutos de inovação, de alguma coisa inédita ou de uma visão inovadora de como utilizar coisas já existentes. Atrás dessas invenções, existem pessoas ou equipes de pessoas que possuem atributos especiais que são visionárias, questionam, arriscam, almejam algo diferente, possuem dedicação e comprometimento para empreenderem, além de possuírem iniciativa para criar, inovar e utilizar dos recursos disponíveis de maneira criativa.

Os empreendedores são pessoas distintas, que possuem motivação única, fazem as coisas com vontade e paixão, possuem o desejo de serem pessoas bem sucedidas, aspiram ser distintos, admirados e imitados, querem ainda ser referência, enfim, querem deixar um legado novo na sociedade e no mercado em que estão inseridos. (DORNELAS, 2008).

Os empreendedores desejam aparecer e ser reconhecidos, são indivíduos auto motivados que acreditam em seu potencial de inteligência e almejam ser visto pela sociedade e ocupar um espaço privilegiado na mesma.

São pessoas que se deparam a cada momento com o surgimento de um novo ambiente de negócios e isso é decorrente da crescente globalização, do alcance da maturidade de vários segmentos do mercado e do grande avanço da tecnologia sendo explicados pelo processo de inovação contínua.

Criar e colocar para funcionar um novo negócio requer por parte do empreendedor esforço e perseverança, já que ele irá assumir as responsabilidades e os riscos por seu desenvolvimento e sobrevivência no mercado competitivo bem como usufruir as recompensas desejadas obtidas através do novo negócio.

Com o desenvolvimento econômico, o contexto de atuação das empresas torna-se cada vez mais complexo. A grande quantidade de produtos e serviços disponíveis revela um mercado consumidor mais exigente por preço, qualidade e inovação. Com isso, as empresas estão mudando seus procedimentos, buscando agregar valor aos produtos e

serviços, incorporando inovações, procurando adaptar-se a esse novo ambiente que se apresenta. Criar sempre novos produtos requer muita criatividade e novidade, e sempre devem ser feitos baseados na satisfação das necessidades dos clientes sobre condições de prazo, qualidade, custos e diversos outros fatores relevantes, pois, é através do foco no cliente que as empresas devem trilhar os seus caminhos para serem destacadas, tornando assim superiores a seus concorrentes e com isso alcançando o sucesso almejado pela organização.

Diante do atual momento de estabilidade e perspectiva de crescimento econômico que vêm se esquemmatizando desde a última década no Brasil, aumenta-se o otimismo dos empreendedores para a realização do sonho do empreendimento próprio, possibilitando a abertura de novos negócios para atender às novas demandas de um mercado cada vez mais exigente em relação ao atendimento das suas necessidades e desejos.

Drucker (2005) diz que em uma sociedade empreendedora, as pessoas enfrentam desafios enormes que precisam ser explorados transformando-os em oportunidades e devem ser guiadas sempre pela necessidade do aprendizado contínuo. O ato de empreender está relacionado à identificação, análise e implementação de oportunidades de negócios, tendo como foco a inovação e a criação de valor.

Pode-se dizer que se vive a era do empreendedorismo na sociedade e esta está se estendendo por toda a população inclusive na cidade de Picos-PI, onde se encontra um grande número de empreendedores de sucesso. Com isso é importante entender de forma minuciosa a maneira como um grupo de empresários com características empreendedoras conseguiu enxergar oportunidades em um determinado ramo de negócio utilizando-se de uma simples ideia e transformando-a em um negócio lucrativo, contribuindo assim para que haja um crescimento e desenvolvimento econômico bastante importante no mercado e na localidade em que estão inseridos.

1.1 Problema de pesquisa

Em uma época em que o empreendedorismo está se destacando cada vez mais de maneira frequente e imperativa, torna-se necessário lembrar que por trás de novas ideias que estão revolucionando a sociedade em geral, existe muito mais do que uma visão de futuro e talento individual de determinadas pessoas (DORNELAS, 2008).

Empreendedorismo é a arte de aproveitar as oportunidades existentes no mercado competitivo para montar um negócio.

Uma vez que o empreendedorismo está em ascensão no mundo torna-se oportuno estudar e entender melhor o perfil do empreendedor, os seus fatores críticos de sucesso e o modo como ocorre o processo de empreender. Dessa maneira tem-se como problema de pesquisa a seguinte questão: como o grupo de empreendedores da empresa “Armazém Sertanejo”, conseguiram transformar ideias, em um negócio lucrativo na cidade de Picos-PI, tornando assim empreendedores de sucesso?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Identificar como o grupo de empreendedores da empresa “Armazém Sertanejo” transformou ideias em um negócio lucrativo na cidade de Picos-PI, tornando assim empreendedores de sucesso.

1.2.2 Objetivos específicos

- Apresentar o perfil do empreendedor pesquisado, fazendo uma breve relação com o perfil de empreendedor encontrado na literatura;
- Descrever os fatores críticos de sucesso apontados pelo grupo de empreendedores estudados, para o sucesso da empresa “Armazém Sertanejo”;
- Identificar como ocorreu o “processo de empreendedor” na empresa “Armazém Sertanejo”.

1.3 Justificativa

A escolha do tema “empreendedorismo: a influência do empreendedor para o sucesso da organização, um estudo de caso aplicado a empresa Armazém Sertanejo” se

deu em virtude da importância de se estudar como os empreendedores conseguem buscar e enxergar novas oportunidades no mercado da cidade, podendo dessa forma contribuir para o crescimento contínuo da organização em que atua. Pois é notável que o mercado na cidade de Picos-PI está em pleno crescimento e desenvolvimento das atividades empreendedoras, com isso tornando o ambiente empresarial cada vez mais competitivo e concorrencial.

As empresas visam a melhor qualidade de vida, além de estarem sempre em busca de uma maior comodidade para seus clientes, pois nota-se um crescimento contínuo no mercado da cidade, dessa forma, os recursos devem ser aplicados da melhor maneira possível sendo que, adequadamente atenda as necessidades mais precisas do ser humano sem que haja nenhum desperdício de tempo, produtividade e quantidade. Dessa forma, o estudo detalhado do empreendedorismo tem como finalidade principal entender como as empresas aproveitam e entendem a importância das ferramentas utilizadas pelos empreendedores para alcançar o sucesso pessoal e organizacional.

Entender os fatores que motivam ou influenciam o sucesso ou fracasso de uma organização, é fundamental para o indivíduo que pretende empreender ou administrar qualquer empreendimento. À medida que se obtém este entendimento, o empreendedor passa a ter mais subsídios para tomar decisões mais acertadas a favor do crescimento da empresa.

O indivíduo que estiver com a aspiração para empreender, deve primeiramente entender bem as singularidades e o funcionamento do tipo de negócio pretendido. Dessa forma, o processo de planejamento até a definitiva implementação da ideia se torna mais objetiva e focada, aumentando assim a possibilidade de sucesso do empreendimento.

A empresa “Armazém Sertanejo” foi escolhida para sediar a referida pesquisa por atender a todos os pré-requisitos desejados para o pleno desenvolvimento do trabalho e pela facilidade de acesso as informações referentes ao problema de pesquisa.

Deseja-se que o estudo contribua para a ciência servindo de base para posteriores pesquisas detalhadas referente ao assunto em questão. No que diz respeito à organização em que a pesquisa será aplicada a relevância dar-se-á pelo fato de contribuir com informações apropriadas que ajudarão os empreendedores a interpretar da melhor maneira possível seu estilo e perfil de empreendedor de sucesso. Da mesma forma, à interesse geral da sociedade.

CAPÍTULO 2 - REVISÃO DE LITERATURA

Primeiramente no referencial teórico serão abordados os estudos referentes ao tema com a intenção de um bom entendimento por parte do leitor. Esses estudos ficam assim divididos: evolução teórica (que demonstra a forma como o empreendedorismo vem evoluindo, bem como suas origens), conceitos de empreendedorismo, características e perfil do empreendedor (mostra como deve ser e agir um bom empreendedor e quais são suas principais características), tipos de empreendedorismo, o processo empreendedor (identificação e avaliação da oportunidade; desenvolvimento do plano de negócios; determinação dos recursos necessários; administração da empresa;), além de ressaltar o processo de inovação. Toda essa parte do trabalho será realizada permitindo formar um alicerce na teoria a fim de atender ao problema de pesquisa em estudo.

2.1 Evolução histórica

A evolução histórica do empreendedorismo ocorre de forma silenciosa e gradativa no decorrer dos anos. O termo empreendedor (*entrepreneur*) teve origem francesa e significa assumir riscos e começar algo novo (DORNELAS, 2008). Embora a palavra “empreendedorismo” esteja cada vez mais em destaque nos artigos, revista, *internet*, livros e aparente ser um termo “novo” para os profissionais, é um conceito antigo que assumiu diversas vertentes ao longo do tempo.

Na idade média o termo empreendedorismo foi utilizado para definir gerentes de grandes projetos de produção. Os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram no século XVII. Já no século seguinte o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados. No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores, sendo analisados simplesmente do ponto de vista econômico, e estando sempre a serviço do capitalista. (DORNELAS, 2008).

Complementa Hisrich *et al* (2009), na idade média, os administradores dos projetos de produção não corriam nenhum risco, pois eles simplesmente administravam o projeto usando os recursos fornecidos geralmente pelo governo do país. No século XVII

o empreendedor firmava um acordo contratual com o governo, onde o mesmo se propunha a assumir todos os riscos, ou seja, lucros ou perdas resultantes do valor do contrato. No século XVIII, o empreendedor foi diferenciado do fornecedor de capital, um dos fatos que levou a isso foi a industrialização. Já nos séculos XIX e XX pelo fato de não distinguir empreendedores de gerentes, os mesmos eram vistos apenas a partir de uma perspectiva econômica.

O conceito sobre empreendedorismo no Brasil vem sendo apresentado nos últimos anos, ganhando mais ênfase no final dos anos 90. Vários fatores contribuíram para que isso acontecesse, no qual se pode citar o caso do Brasil, a preocupação que se apresentava com a criação de pequenas empresas, e com um índice elevado de fechamento das mesmas. Com isso despertou uma atenção especial por parte do governo que acabou criando programas específicos voltados a esse público, como foi o caso do programa “Brasil Empreendedor do Governo Federal”, instituído em 1999, com um intuito de capacitar mais de um milhão de empreendedores na elaboração de plano de negócios visando captar recursos junto aos agentes financeiros do programa (DORNELAS, 2008). O empreendedorismo também se desenvolveu no Brasil através da criação de entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*) (DORNELAS, 2008).

Outra grande contribuição no que se refere ao empreendedorismo no Brasil advém do IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade) que gera anualmente, desde o ano 2000, um relatório de nível mundial sobre a situação do empreendedorismo no Brasil. Esse relatório é conhecido como o GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), uma referência no que diz respeito ao estudo do empreendedorismo no Brasil e no mundo. Trata-se de um estudo completo que retrata o panorama de todos os aspectos do empreendedorismo nos países estudados, possibilitando análises comparativas entre os países e em relação a desempenhos anteriores. (GRECO *et al*, 2010).

Com o passar dos anos pode-se dizer que o Brasil entra com todo o potencial neste novo milênio para desenvolver programas relacionados diretamente com o empreendedorismo, que podem ser comparados apenas aos Estados Unidos (DORNELAS, 2008). O mesmo autor cita algumas das mais recentes ações apontadas para essa finalidade.

- Os programas SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*) e GENESIS (Geração de Novas Empresas de *Software*, Informação e Serviço), com o

intuito de dar suporte a atividades de empreendedorismo em *software*, estimulando o ensino da disciplina em universidades e a criação de novas empresas de *software* (*start-ups*).

- O programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, que foi destinado à capacitação de diversos empreendedores em todo o país. Esse programa vigorou de 1999 a 2002, atingindo mais de 5 (cinco) milhões de operações de crédito.

- Ações voltadas à capacitação do empreendedor, como os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE.

- Diversos cursos e programas sendo criados nas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo. Destaca-se também o programa de Ensino Universitário de Empreendedorismo, da CNI (Confederação Nacional das Indústrias) e IEL (Instituto Euvaldo Lodi), de difusão do empreendedorismo nas escolas de ensino superior do país, presente em mais de duzentas instituições brasileiras.

- Destaca-se ainda a exploração do movimento de criação de empresas Pontocom no país nos anos de 1999 e 2000 respectivamente, dando motivação principalmente para o surgimento de empresas *start-ups* de *internet* desenvolvidas por jovens empreendedores.

- Recentemente com o enorme crescimento gradativo do movimento de incubadoras de empresas no Brasil, que em 2008 segundo dados da AMPROTEC (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimento de Tecnologias avançadas), havia mais de 400 incubadoras de empresas em todo o país.

- Criação em várias escolas de programas de incentivo a criação de novos negócios e com o foco principalmente na educação do empreendedorismo social e corporativo.

- E finalmente está havendo um crescente movimento de franquias no país, que de acordo com a OBF (Organização Brasileira de *Franchising*), no ano de 2007 havia mais de 1.200 redes de franquias estabelecidas no Brasil, com cerca de 65.000 unidades franqueadas, responsáveis por R\$ 46 bilhões de faturamento estabilizado no setor.

É através de todos esses incentivos que o empreendedorismo se desenvolve gradualmente e faz com que a sociedade brasileira torne referência em todo o mundo, no que diz respeito a esse quesito.

2.2 Conceitos de empreendedorismo

Existem muitas definições para o empreendedorismo. O termo empreendedor foi utilizado pela primeira vez por Jean Baptist Say, um economista francês, com o objetivo de distinguir o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para um setor com produtividade elevada e com maiores rendimentos. (DRUCKER, 2005). O empreendedor é aquele que realiza novas combinações dos meios produtivos, capazes de propiciar o crescimento e desenvolvimento econômico do país.

De acordo com Dornelas (2008), empreendedorismo significa o envolvimento de pessoas em conjunto com os processos que juntamente levam à transformação de ideias em oportunidades. O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios.

Corroborando com essa ideia Silva (2007), diz que o empreendedorismo deve ser ressaltado, enquanto processo dinâmico que possui como essencial, a concepção, a percepção e a concretização de uma oportunidade de negócios, tendo como pressuposto o envolvimento de pessoas e processos, que em conjunto, fazem a transformação de ideias em oportunidades.

Isso demonstra que as pessoas (através de sua capacidade cognitiva) e os processos são de fundamental importância para a criação, o desenvolvimento e a modificação de uma ideia em uma oportunidade lucrativa de negócio.

Consoante Hisrich *et al* (2009, p.30),

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes, e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

O empreendedorismo está ligado diretamente com o desenvolvimento e aprimoramento das habilidades e competências relacionadas à criação de algo inédito a inovação e a mudança contínua do ambiente no qual se insere um novo empreendimento.

Segundo Drucker (2005), o trabalho exclusivo do empreendedorismo em uma empresa de negócios é fazer os negócios de hoje, capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio distinto.

Na visão de Hisrich *et al* (2009), quando o empreendedorismo é aliado ao processo de inovação, ele se torna capaz de promover o desenvolvimento econômico, pois contribui para uma melhor distribuição da riqueza onde está sendo aplicado. Isto significa que a ação de empreender não favorece apenas o empreendedor, mas sim toda a comunidade onde a empresa está sendo instalada.

Complementando essa ideia Schumpeter (1983) diz que, o empreendedorismo está associado ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento das oportunidades de negócios. Na sua visão os empreendedores são a força potencial do crescimento econômico pelo fato de eles introduzirem a inovação de produtos, serviços e tecnologias, estimulando o consumo e a concorrência no mercado.

O crescimento e o desenvolvimento de um determinado local estão ligados diretamente à atividade empreendedora que é desenvolvida neste ambiente. Torna-se um fator preponderante a figura de um empreendedor bem sucedido capaz de contribuir através dos meios produtivos e da inovação contínua com o crescimento da sociedade.

Longenecker *et al* (2007), comenta sobre as recompensas trazidas pelo empreendedorismo, dentre elas estão: ganhar dinheiro (lucro), ser seu próprio chefe (independência), fugir de uma situação indesejável (liberdade), usufruto de uma vida satisfatória (satisfação pessoal), contribuição para a comunidade (realização pessoal), dentre outras.

Os empreendedores muitas vezes são impulsionados a montar um próprio negócio pela vontade de ajudar a comunidade em que vive contribuindo dessa maneira para a geração de empregos e renda, além de ser uma forma de se sentir realizado pessoalmente e de se tornar independente financeiramente.

2.3 características e perfil do empreendedor

O empreendedor é uma pessoa que possui o perfil e características únicas que os diferenciam dos demais indivíduos, pois são dotados de valores e virtudes das mais diversas possíveis que fazem parte e formam o seu caráter pessoal e em meio a sociedade.

Existe a concepção do empreendedor nato, aquele que nasce com as características necessárias para empreender com sucesso. No entanto, como se trata de um ser social e influenciado pelo meio em que vive a percepção empreendedora pode acontecer de diversas maneiras, dentre elas estão incluídas: a influência familiar, o estudo, a formação e a prática. Para Drucker (2005, p.34), “o empreendimento é um comportamento e não um traço de personalidade, e suas bases são o conceito e a teoria, e não a intuição”.

Dolabela (2009) observa o aspecto familiar como um grande incentivador ou inibidor do potencial empreendedor das pessoas. Desta forma é possível aprender a ser empreendedor, e o convívio com pessoas que possuem atributos empreendedores, independentemente do nível de escolaridade, auxilia no desenvolvimento deste processo.

O empreendedor é o responsável pelo destaque positivo da organização na qual ele atua. É ele que consegue fazer com que sua empresa permaneça à frente de seus concorrentes, oferecendo produtos e serviços inovadores, através de um planejamento adequado para que haja a mudança e, buscando sempre obter os melhores resultados possíveis para o crescimento contínuo da organização.

“Empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.” (SCHUMPETER 1949 *apud* DORNELAS, 2008, p.22).

Para Dornelas (2008), além dos atributos encontrados em administradores, os empreendedores são visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que se diferenciam dos demais, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, são dedicados, são otimistas e apaixonados pelo que fazem, são independentes e constroem o próprio destino, ficam ricos, são líderes e formadores de equipes, são bem relacionados (*networking*), são organizados, planejam, possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valores para a sociedade.

O empreendedor é uma pessoa diferenciada com a capacidade de obter sucesso em sua carreira utilizando de forma pensada e plausível o seu conhecimento, ou seja, é uma pessoa que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a

tomar decisões moderadamente, trabalhando para que seu negócio se torne sustentável, adequando-se as mudanças e buscando sempre a inovação contínua.

De acordo com Chiavenato (2008), para ser bem sucedido o empreendedor deve saber administrar todas as atividades relacionadas direta e indiretamente com o negócio, conhecer profundamente o cliente e suas necessidades, definir sua missão e visão, formular objetivos e estabelecer estratégias.

Complementa Silva (2007), que para ser um empreendedor, deve-se ter pelo menos as seguintes características:

- Iniciativa para criar ou inovar e entusiasmo pelo que faz.
- Utilizar os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive.
- Aceita assumir os riscos e a possibilidade de falhar.
- Persistência, dedicação e ambição.

O primeiro ponto para se identificar um bom projeto empreendedor, é detectar as oportunidades, ter conhecimento e identificar as necessidades e expectativas do público-alvo (CHIAVENATO, 2008).

É importante conhecer o mercado que deseja atuar e o ambiente onde a empresa está inserida e deseja permanecer de maneira lucrativa, bem como as características (desejos, necessidades e expectativas) pessoais do público alvo que almeja atingir.

Um dos estudos mais complexos ligados ao comportamento empreendedor revelou que esses comportamentos podem ser divididos em quatro grupos de características distintos: conhecimentos, habilidades, necessidades e valores como serão demonstrados no quadro a seguir (NANNI *et al* 2006 *apud* LOPES *et al*, 2008).

Quadro 1 - grupo das características

GRUPO DAS NECECIDADES	GRUPO DOS CONHECIMENTOS
Aprovação/Reconhecimento	Aspectos relacionados ao negócio
Independência/ Autonomia	Experiência na área comercial
Desenvolvimento pessoal	Escolaridade
Segurança	Experiência em empresas
Auto realização	Formação complementar
Qualidade e eficiência	Vivência com situações novas
Poder/Status	
Inovação/Iniciativa	

GRUPO DAS HABILIDADES	GRUPO DOS VALORES
Identificação de novas oportunidades visionárias	Existenciais
Valoração de oportunidades	Estéticos
Criatividade	Intelectuais
Comunicação persuasiva	Morais
Negociação	Éticos
Aquisição de informações	Religiosos
Resolução de problemas	Autoconfiança
Alcançar metas	Autenticidade
Motivação e decisão	Lealdade
Organização	Ambição
Flexibilidade	Disposição ao risco
Controle racional dos impulsos	Perseverança/Persistência
Resiliência	Familiares

FONTE: NANNI *et al* (2006) *apud* LOPES *et al* (2008).

Todas essas características possuem determinados valores bastante importantes para analisar e identificar o comportamento empreendedor da sociedade. Portanto, a necessidade, o conhecimento, a habilidade e os valores são essenciais para a formação do caráter individual de cada pessoa que almeja ser um empreendedor de sucesso.

2.4 Tipos de empreendedorismo

De acordo com a literatura existem dois tipos de empreendedorismo no qual podem ser divididos em: empreendedorismo por oportunidade, e empreendedorismo por necessidade.

Cabe salientar a diferença entre esses tipos de empreendedorismo. Para Dornelas (2008), empreendedorismo de oportunidade é aquele em que o indivíduo se planeja previamente para iniciar uma empresa, tendo em mente a taxa de crescimento almejado e visando a geração de lucros, empregos e riquezas. Caracterizando melhor este tipo de empreendedorismo Dolabela (2009, p. 180), alerta:

O aproveitamento de oportunidades exige um profundo conhecimento do negócio, que implica dominar a sua lógica de funcionamento, a fonte dos diversos recursos necessários, a legislação e as práticas específicas, ter informações sobre

lucratividade, concorrência, clientela e mercado global, saber buscar e gerir recursos.

No que se refere ao empreendedorismo por necessidade pode-se afirmar que é caracterizado pelo fato de o candidato a empreendedor iniciar o empreendimento por falta de alternativa de trabalho, por estar desempregado e por falta de outras opções, geralmente sem nenhum planejamento prévio do mercado e de suas capacidades (DORNELAS, 2008).

Complementa Longenecker *et al* (2007), o empreendedorismo por necessidade é caracterizado por indivíduos que começam uma atividade empresarial em consequência de problemas financeiros, por estarem desempregados, ou por que querem sair de uma situação profissional indesejável e procuram a mudança. Enquanto que o empreendedorismo por oportunidade é aquele em que os empreendedores evitam o paternalismo, delegam poderes, utilizam diferentes tipos de estratégias de marketing e de vendas, obtêm capital de diversas fontes para abrir e investir na empresa e o mais importante, planejam-se para o crescimento futuro almejado.

Existe uma disparidade bastante visível entre os tipos de empreendedorismo: enquanto o empreendedorismo por oportunidade é baseado no planejamento contínuo com visão ampla do que deseja atingir buscando o crescimento da organização, o empreendedorismo por necessidade é pautado pela insegurança e falta de opção e é caracterizado pela informalidade e pela falta de planejamento adequado.

Greco *et al* (2010), salienta que o empreendedorismo por oportunidade trás mais benefícios para a economia do país. Neste sentido, a análise da atividade empreendedora em um país não é apenas quantitativa, mas também qualitativa. A autora comemora também o crescimento constante do empreendedorismo por oportunidade no Brasil desde 2002, sendo maior do que o empreendedorismo por necessidade e prevê que o ambiente econômico favorável abrirá mais oportunidades para os micros e pequenos empreendedores. Cabe lembrar que um dos objetivos da pesquisa GEM é identificar a proporção de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade e analisar suas causas.

Dornelas (2008), afirma que o empreendedorismo, especialmente o de oportunidade, é um grande impulsionador do desenvolvimento, e prevê que nos próximos

anos o número de empreendedores focados em oportunidades tende a aumentar no Brasil, promovendo mais desenvolvimento no país.

O Brasil deve dar mais subsídios às iniciativas que caracterizam a abertura de novos empreendimentos por oportunidade baseado no planejamento prévio com foco no crescimento e desenvolvimento econômico, uma vez que, a necessidade ainda é um grande motivador para a criação de novas empresas no país.

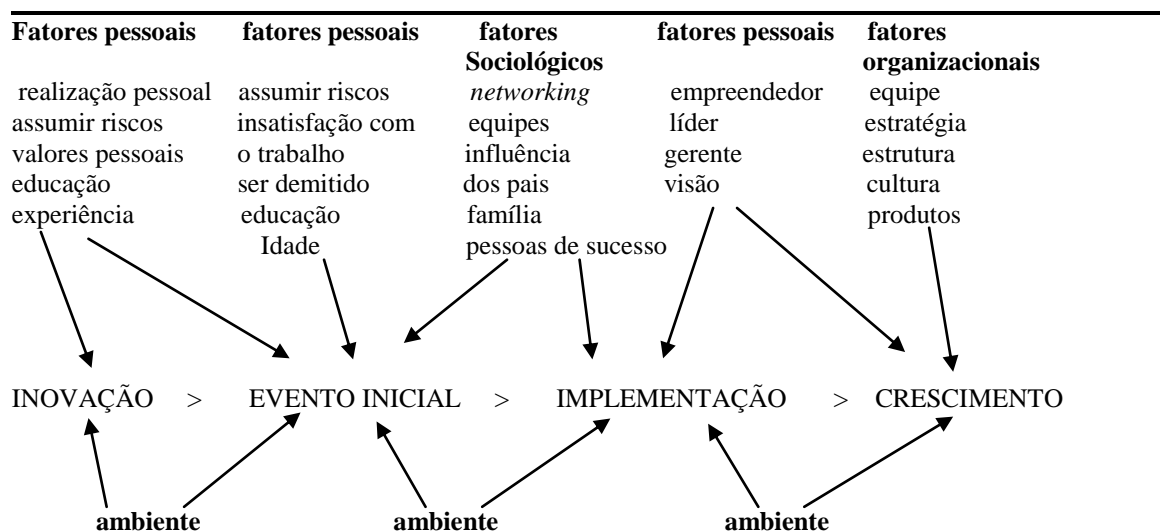
2.5 O processo empreendedor

O processo de empreender ocorre de maneira gradativa, pois o empreendedor deve analisar de forma detalhada o surgimento da nova oportunidade de negócio, já que o mesmo está inserido em um ambiente bastante competitivo e com concorrentes amplamente capacitados.

Dornelas (2008), diz que a decisão de se tornar um empreendedor pode nascer de fatores ligados ao ambiente externo. Tais fatores podem ser descritos como: ambientais e sociais, aptidões pessoais ou um englobamento de todos eles. Tais fatores se tornam críticos para o surgimento e o crescimento de uma nova empresa, sendo assim, pode-se dizer que o processo empreendedor inicia-se quando o evento que gera tais fatores possui como possibilidade a criação e implementação de um novo negócio.

A figura 1 demonstra e exemplifica esses fatores que influenciam o processo de empreender.

Figura 1: fatores que influenciam no processo empreendedor



oportunidade	competição	competidores
criatividade	recursos	clientes
modelos(pessoas)	incubadoras	fornecedores
de sucesso	políticas públicas	investidores
		bancos, advogado
		recursos e políticas públicas

FONTE: Dornelas (2008, p.25)

Dolabela (2009) define de maneira adequada o processo empreendedor ao afirmar: Empreender é deixar-se emocionar. O empreendedorismo é um processo emocional que usa da razão para estabelecer seus caminhos.

Com base em Hisrich *et al* (2009, p.31), “a busca de um novo empreendimento está incorporada ao processo empreendedor, que envolve mais do que uma simples solução de problemas em uma posição administrativa típica.”

Um empreendedor de sucesso deve encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade, superando todos os obstáculos inclusive as forças que resistem à criação de algo novo. (HISRICH *et al*, 2009).

Para se tornarem bons empreendedores as pessoas devem possuir talento, tecnologia, capital e conhecimentos necessários do que está fazendo e principalmente fazer as coisas de maneira correta para que não haja imprevistos futuros para a sua carreira profissional.

Sendo assim, o processo empreendedor pode ser dividido em quatro fases distintas que serão abordadas a seguir: identificação e avaliação da oportunidade, desenvolvimento do plano de negócios, determinação dos recursos necessários e administração da empresa. Cada fase do processo empreendedor será abordada em linhas gerais nos sub tópicos que seguem.

2.5.1 identificação e avaliação da oportunidade

Boas idéias surgem a cada momento, cabe ao empreendedor identificar e avaliar se realmente existe uma nova oportunidade de negócios surgindo no mercado, com isso identificando se possuem publico alvo para adquirir seu produto ou serviço.

De acordo com Dornelas (2008) as pessoas pensam que as ideias de implementação de um novo negócio devem ser únicas, mas isto não merece nenhuma

importância do seu ponto de vista. O que realmente importa é como o empreendedor emprega sua ideia, inédita ou não, para que faça com que sua empresa cresça gradativamente. Porém as oportunidades é que geralmente são únicas, pois, se não aproveitadas no momento oportuno, não terão nenhuma utilidade para o empreendimento.

Complementa Hisrich *et al* (2009), além de ser uma tarefa difícil, identificar e avaliar uma oportunidade requer muito conhecimento e discernimento do empreendedor, já que as oportunidades de negócio não aparecem de repente, e sim, resulta da atenção de um empreendedor às possibilidades.

Consoante Longenecker *et al* (2007), as oportunidades existem para as pessoas que são capazes de desenvolver produtos e serviços que atendam as expectativas dos clientes.

Uma oportunidade empreendedora promissora é muito mais que uma ideia interessante, uma vez que envolve um produto ou serviço atraente aos clientes, fazendo que eles abram mão do dinheiro em troca dele. (LONGENECKER *et al* 2007, p.3)

Identificar, avaliar e desenvolver uma oportunidade promissora de negócios é algo complexo, porém, uma pessoa que possui o perfil empreendedor consegue enxergar utilizando-se de sua habilidade, conhecimento e inteligência o momento em que ela surge podendo assim colocar em prática o negócio derivado dessa nova oportunidade.

2.5.2 desenvolvimento do plano de negócios

Tudo o que o empreendedor faz deve possuir como base o planejamento para não correr o risco de algo dar errado, ou seja, para evitar falhas posteriores que poderão comprometer o sucesso da criação do novo negócio.

De acordo com Dornelas (2008, p.79), “... o plano de negócios é parte fundamental do processo empreendedor”. Os empreendedores precisam saber fazer o planejamento de suas ações e delimitar as estratégias que serão utilizadas para o desenvolvimento de uma nova empresa.

Hisrich *et al* (2009), diz que o planejamento é um processo contínuo e interminável numa empresa. Ele é indispensável e torna-se extremamente importante nos estágios iniciais de um novo negócio e durante todo o desenvolvimento da organização para que o empreendedor possa elaborar estratégias que servirão para conseguir o sucesso almejado.

O plano de negócios pode ser definido como: “um documento preparado pelo empreendedor em que são descritos todos os elementos externos e internos relevantes para o início de um novo empreendimento.” (HISRICH *et al*, 2009, p.219).

Complementa Dornelas (2008), o plano de negócios é utilizado para apresentar a empresa de um modo geral e o modelo de negócios que dá sustentação à mesma. Sua elaboração abrange um processo de aprendizagem contínua e autoconhecimento, permitindo o empreendedor se posicionar de maneira adequada no ambiente de negócios.

No plano de negócio, fazer uma análise ampla da concorrência é dever de qualquer empreendedor que almeja competir e vencer no mercado. É importante que a empresa avalie o ambiente interno e externo da organização e conheça suas forças e fraquezas para poder determinar as oportunidades mais atraentes de negócios e para conseguir detectar as possíveis ameaças que poderão encontrar. (POSSOLI *et al*, 2011).

Pode-se observar que o plano de negócios é a etapa do processo empreendedor indispensável e fundamental para o desenvolvimento do novo negócio, pois é através dele que se obtêm todas as informações necessárias advindas do ambiente na qual a empresa está inserida.

2.5.3 determinação dos recursos necessários

Esta é a fase que o empreendedor vai à busca de fontes de financiamento para obter os recursos necessários para a implementação do negócio. Nessa etapa é imprescindível que o empreendedor possua diversas fontes de conhecimento, que servirão para auxiliar na busca pelo financiamento do novo negócio. De acordo com Dornelas (2008), existem diversas alternativas de financiamento nas quais as principais e as mais utilizadas serão citadas a seguir:

- Recursos e economia pessoal – é considerado um tipo de financiamento comum, e que frequentemente é alcançado devido a fatores pessoais e ambientais que cercam o empreendedor. Hisrich *et al* (2009), afirma que estes são os recursos menos dispendiosos no que se refere aos custos e ao controle e, além disso, são essenciais para atrair financiamentos externos;

- Família e amigos – posteriormente ao empreendedor, família e amigos são considerados as fontes mais comuns de financiamento do novo empreendimento, já que se trata de pessoas que possuem maiores possibilidades de investir, devido a seus relacionamentos (HISRICH *et al*, 2009). Dornelas (2008, p.165), diz que, “o financiamento pode se dar por meio de empréstimo (dívida) ou equidade (participação no negócio)”;

- Bancos comerciais – são fontes de investimentos de curto prazo utilizadas com maior frequência pelo empreendedor. Como são fornecidos na forma de financiamento por endividamento, determina-se que haja uma garantia tangível, que pode ser na forma de ativos do negócio, bens pessoais ou bens do avalista (HISRICH *et al* 2009);

- Programas do governo – Dornelas (2008), diz que os programas do governo representam as diversas fontes de financiamento provenientes dos governos municipais, estaduais e federais. Alguns exemplos de programas do governo que podem ser citados são: programa RHAE (Programa de Capacitação de Recursos Humanos para Atividades Estratégicas); programa PIPE (Programa de Inovação Tecnológica em Pequenas Empresas); programa PAPPE (Programa de Apoio à Pesquisa em Empresas); Programa SOFTEX (Programa Nacional de Software para Exportação); programa PROSOFT; Microcrédito; PROGEX (Programa de Apoio Tecnológico à Exportação); programas da FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos); Projeto Inovar (Capital de Risco Brasil); programa SEBRAETEC (Programa Sebrae de Consultoria Tecnológica).

Segundo Hisrich *et al* (2009), existem ainda outras fontes de financiamento que são aplicados no desenvolvimento da empresa são elas: financiamento do estágio inicial – é um dos primeiros financiamentos obtidos pela organização; financiamento de desenvolvimento – é utilizado para expansão rápida do negócio, e é mais fácil de adquirir do que o financiamento do estágio inicial; e financiamento de aquisição – que possui

como finalidade a compra de outra empresa ou ainda, a gestão de uma empresa adquirindo o controle através da compra das partes dos outros sócios.

Observa-se que a determinação dos recursos necessários é um processo indispensável para a existência dos empreendimentos. Sendo assim os empreendedores precisam estar aptos a buscar financiamentos em locais que ofereçam o menor custo possível e um maior controle da situação para que posteriormente não venha a comprometer o sucesso da organização.

2.5.4 administração da empresa

Para administrar uma empresa corretamente é necessário que o empreendedor utilize todo o seu conhecimento obtido através das informações, baseando-se em uma administração empreendedora adequada buscando sempre a mudança e a inovação contínua para sobreviver no mercado competitivo.

De acordo com Drucker (2005), a administração empreendedora requer diretrizes e práticas em quatro áreas específicas: a primeira diz que, a empresa deve ser receptiva a inovação e preparada a ver a transformação como uma oportunidade e não como uma ameaça. A segunda diz que a mensuração do desempenho da empresa se torna obrigatória, bem como a busca do aprendizado integrado para aperfeiçoar esse desempenho. A terceira representa o requerimento, por parte da administração empreendedora, de práticas exclusivas relacionadas à estrutura organizacional, a providência de pessoal e gerência, e a remuneração, incentivos e recompensas. E por último (a quarta), existem alguns acontecimentos que não devem ocorrer na administração empreendedora.

A administração de uma empresa é bastante complexa e, requer por parte do empreendedor, diversos conhecimentos e às vezes certo discernimento para entender de forma satisfatória o que é certo e o que é errado, e o que levará ao sucesso almejado da organização.

Na gestão da empresa, qualquer problema operacional deve ser examinado detalhadamente para que seja resolvido o mais rápido possível, também deve-se determinar as principais variáveis para o sucesso da organização, e para isso, é necessário

criar um sistema de controle que irá auxiliar na identificação das áreas problemáticas da empresa e na possível resolução dos problemas encontrados (HISRICH *et al*, 2009).

Enfim, vários problemas deverão ser encontrados, mas o que realmente importa, é o modo como serão resolvidos. É necessário na administração da empresa, saber relevar o grau de intensidade com que ocorrem os problemas para poder resolvê-los de forma adequada.

Assim de maneira geral, pode se observar que o processo de empreender é indispensável e muito relevante no momento em que o empreendedor decide montar seu próprio negócio, pois é necessário avaliar de forma minuciosa a nova oportunidade, bem como elaborar um plano de negócio com eficiência e eficazmente para o planejamento e desenvolvimento da empresa, deve-se também procurar as fontes de financiamento que satisfaçam as necessidades do empreendedor de forma lucrativa e com o menor custo possível, e por fim, é necessário contar com uma boa administração para gerenciar de modo satisfatório e lucrativo o novo negócio a fim de atingir os objetivos almejados pela organização.

2.6 Inovação

Os estudos mostram que a inovação faz parte do longo processo para dar suporte e sustentar de forma competitiva uma empresa no mercado atual. Inovar é criar algo novo, é estar apto as mudanças do ambiente interno e externo à organização, pois este vive em constantes transformações.

De acordo com Hisrich *et al* (2009), a inovação se torna parte integrante do empreendedorismo, pois entende-se como inovação o ato de lançar algo novo. É uma das mais difíceis tarefas para o empreendedor, pelo fato de exigir não só a capacidade de criar e conceber, como também é preciso perceber todas as forças que são provindas do ambiente e que atuam direto ou indiretamente dentro da organização.

Consoante Drucker (2005, p.39) “os empreendedores inovam. A inovação é um instrumento específico do espírito empreendedor. É o ato que contempla os recursos com a nova capacidade de criar riquezas.” É o meio pelo qual eles descobrem a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente.

Para Schumpeter (1982) *apud* Mossato (2004), a inovação é um conjunto de novas funções evolutivas que modificam os métodos de produção. Criando novas formas de organização do trabalho e, ao produzir novas mercadorias, possibilita a abertura de novos mercados mediante a criação de novos usos e consumos.

Segundo Hildebrando (2009), o que levou Shumpeter a ser conhecido como o “pai da inovação” foi a criação da teoria da destruição criativa, que é explicada por ele a seguir:

A abertura de novos mercados... e o desenvolvimento organizacional de uma pequena loja ou fábrica... ilustram o processo de mutação industrial... que incessantemente revoluciona a estrutura econômica por dentro, incessantemente destruindo o antigo, incessantemente criando o novo. O processo de destruição criativa é o fato essencial sobre o capitalismo [...] (Schumpeter, 1942 *apud* Hildebrando, 2009, p.6).

Isso demonstra que, para se obter lucratividade e competitividade no mercado é necessário estar sempre em busca da mudança e da inovação contínua, procurando sempre trilhar novos horizontes e ampliando o mercado de modo que vá surgindo as novas oportunidades de negócios.

Na visão de Hisrich *et al* (2009), quando o empreendedorismo é aliado ao processo de inovação, ele se torna capaz de promover o desenvolvimento econômico, pois contribui para uma melhor distribuição da riqueza onde está sendo aplicado. Isto significa que o ato de empreender não beneficia apenas o empreendedor, mas sim toda a comunidade onde o empreendimento está sendo instalado.

É através da inovação que ocorre a mudança, e esta por sua vez, está ligada ao empreendedor e ao empreendimento de maneira indispensável para o seu crescimento. Drucker (2005, p.36) afirma que, “o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade”.

Inovar é necessário, para se ter um diferencial diante dos demais, além disso, é importante também para contribuir com o crescimento almejado pela organização, dando suporte ao alcance dos objetivos, com isso contribuindo direto ou indiretamente com a ascensão da sociedade e do meio em que está sendo praticada.

CAPÍTULO 3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Conceito de Metodologia

De acordo com Andrade (2006), metodologia é o conjunto de métodos ou trajetos percorridos na procura do conhecimento. A metodologia é um conjunto ordenado de procedimentos que se apresentaram eficiente, ao longo do tempo, na busca do saber, sendo, portanto um instrumento de trabalho, onde o resultado depende do usuário. Métodos são as atividades racionais e sistemáticas que com maior economia e segurança permitem o alcance do objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros, apontando o percurso a ser seguido, detectando erros e auxiliando nas tomadas de decisões (MARCONI; LAKATOS, 2006).

Para Cervo *et al* (2007), o método científico se utiliza da observação, a descrição, a comparação, a análise e a síntese, assim como também dos processos mentais da dedução e da indução, comuns a todos os tipos de investigação, quer experimental, quer racional. Segundo Gil (2010, p.8), “... o método científico é o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento”.

Com isso, percebe-se que a metodologia é uma ferramenta que direciona o pesquisador no cumprimento da pesquisa, mostrando-lhe as técnicas a serem adotadas, visando sempre o alcance dos objetivos almejados, ou seja, o aperfeiçoamento dos conhecimentos já existentes a cerca de determinado assunto. Na metodologia serão tratados sobre o delineamento da pesquisa, fonte de dados, seleção dos entrevistados, coleta e análise dos dados.

3.2 Delineamento da pesquisa

A pesquisa é classificada quanto aos fins como exploratória, pois busca conceitos e fundamentos que justifiquem o estudo, visando um melhor desenvolvimento do tema e dos objetivos da pesquisa. Complementa Gil (2006), a pesquisa exploratória pode ser

caracterizada pelo fato de se tratar de uma área nova, de um tema pouco conhecido, possuindo como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema.

Quanto aos meios a pesquisa pode ser classificada como pesquisa de campo, em razão da investigação ter ocorrido dentro da organização (mais especificamente com uma empresa de médio porte na cidade de Picos - PI). Complementa Gil (2006), que o estudo de campo se desenvolve no próprio local onde ocorre o fenômeno, por isso seus resultados costumam ser mais autênticos.

O presente estudo trata-se de uma pesquisa qualitativa pelo fato de consistir em uma entrevista semiestruturada com perguntas abertas junto aos empreendedores (sócios) da empresa “Armazém Sertanejo” Localizada na cidade de Picos - PI.

3.3 Fonte de dados

As fontes de dados utilizadas para a pesquisa foram: fontes primárias ou diretas e fontes secundárias. A pesquisa se utiliza de fontes secundários, provenientes da pesquisa bibliográfica que se faz necessária para o embasamento teórico e para explicar o problema de forma detalhada. De acordo com Vergara (2007), esse tipo de pesquisa necessita de um estudo sistematizado desenvolvido com base em materiais de diversos tipos (tais como livros, artigos científicos, revistas, entre outros), publicados e acessíveis à comunidade acadêmica em geral.

E utiliza-se de fontes primárias, pois tais dados nunca foram utilizados em estudos ou pesquisas anteriores, e serão coletados mediante aplicação de uma entrevista semiestruturada com os empreendedores da empresa “Armazém Sertanejo”. Consoante Andrade (2006), os dados de fontes primárias agrupam as obras que ainda não foram analisadas ou interpretadas ocasionando, assim, outras obras que, por sua vez, irão desenvolver uma literatura ampla sobre determinado tema.

3.4 Seleção dos entrevistados

Como se trata de um estudo de caso o universo da pesquisa de campo foram todos os empreendedores (sócios) da empresa “Armazém Sertanejo” localizada na cidade de Picos - PI.

A empresa “Armazém Sertanejo” atua no mercado de Picos há 19 (dezenove) anos, desde o ano de 1993, iniciou a partir da ideia de um de seus sócios quando ele observou uma oportunidade promissora no mercado. A empresa apresenta um crescimento contínuo no setor em que atua (atacado e distribuição de estivas em geral) está situado na Rua São Benedito na cidade de Picos-PI, seu crescimento se torna bastante positivo para o setor. No início a empresa contava apenas com três colaboradores (funcionários) e hoje já conta com cento e três funcionários diretos e conta também com serviços terceirizados (como o de informática), tornando assim muito relevante para ser estudada.

Dessa forma a empresa foi escolhida para sediar o estudo dado a sua trajetória de sucesso, a sua boa representatividade no setor e no ambiente em que atua e a acessibilidade às informações necessárias.

3.5 Coleta de dados

A coleta de dados foi feita através da aplicação de uma entrevista semiestruturada, composta por perguntas abertas, aplicado aos sócios da organização, com o objetivo de obter dados concernentes para responder ao problema estudado. De acordo com Gil (2006), em um estudo de caso pode-se utilizar de várias técnicas para a coleta de dados, porém a mais utilizada ainda é a entrevista. A entrevista pode ser definida como uma técnica (utilizada para obter informações) em que o investigador aborda o investigado com perguntas, a fim de obter os dados concernentes ao problema pesquisado (GIL, 2010).

A entrevista foi elaborada com objetivo de deixar os respondentes à vontade para que se sentissem seguros na hora de repassar os seus conhecimentos. Foram abordados os sócios de forma individual, e o período em que ocorreu a abordagem foram: os dias 30 de abril e 02 de maio. A entrevista foi gravada com o auxílio de um gravador.

O roteiro da entrevista continha vinte e três perguntas abertas, elaboradas com base na teoria e sendo subdivididas de acordo com cada objetivo específico da pesquisa, ressaltando que de acordo com o contexto do diálogo foram surgindo novas perguntas. Esse roteiro está exposto no apêndice A desse trabalho.

3.6 Análise da coleta dos dados

Realizada aplicação da entrevista, e com base na gravação que é repassada diversas vezes até o pleno entendimento das informações obtidas, será feita uma análise qualitativa das respostas obtidas através das informações repassadas pelo grupo de empreendedores da empresa “Armazém Sertanejo”, localizada na cidade de Picos – PI com o intuito de atender ao objetivo da pesquisa. No estudo de caso é apropriado admitir que a análise dos dados seja de caráter predominantemente qualitativo (GIL, 2006). A análise possui como objetivo principal organizar os dados de maneira que permitam o provimento das respostas ao problema proposto pela pesquisa (GIL, 2010).

Cada empreendedor fornecedor das informações será identificado e tratado na apresentação dos resultados através de letras, ou seja, serão chamados de empreendedor “A”, “B” e “C”, contribuindo assim para um melhor entendimento por parte do leitor.

A técnica utilizada foi a análise de conteúdo, pois para compreender os dados de maneira fidedigna, foi feito uma comparação entre as informações obtidas durante a entrevista e os conceitos encontrados através de levantamentos bibliográficos. Segundo Gil (2010), a análise de conteúdo apresenta como objetivo tornar os dados válidos e significativos baseando-se em informações já existentes.

CAPÍTULO 4 - APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Após os dados coletados, far-se-á a análise e apresentação dos resultados com o intuito de entender e apresentar as respostas ao problema de pesquisa estudado. A presente estrutura de análise está dividida do seguinte modo: primeiramente é enfatizado o perfil dos entrevistados, seguido dos fatores críticos de sucesso e por último a forma como ocorreu o processo empreendedor, a transcrição da entrevista será de acordo com as perguntas elaboradas e feitas aos entrevistados, visando selecionar e destacar as informações obtidas que serão relevantes para a pesquisa. É importante lembrar que a análise é feita tendo como base os objetivos específicos, buscando constantemente comparar a prática analisada com a teoria estudada.

4.1 Perfil dos entrevistados

O perfil dos entrevistados será analisado comparando-os com o perfil do empreendedor encontrado na literatura, buscando sempre de maneira fidedigna mostrar a relação existente entre os empreendedores e o sucesso da organização em que atuam. Procura-se continuamente identificar e demonstrar a influencia que a empresa recebe dos empreendedores. Com isso torna-se conveniente estudar como começou a carreira empreendedora de cada entrevistado e como ocorreu o processo de introdução da empresa na cidade de Picos-PI.

No que se refere à fundação da empresa Armazém Sertanejo, os empreendedores A, B e C afirmaram que:

“A empresa Armazém Sertanejo atua no mercado de Picos-PI a 19 (dezenove) anos, tendo sido criada no ano de 1993. No início de sua atuação no mercado ela contava apenas com 3 (três) colaboradores, atualmente a empresa conta com a colaboração de 103 (cento e três) funcionários ligados diretamente à empresa, isso sem contar com os funcionários de empresas terceirizadas que prestam serviço ao empreendimento de maneira indireta. O crescimento da organização em termos percentuais foi respectivamente 20% (vinte por cento) nos primeiros anos de atuação e 80% (oitenta por cento) nos dias atuais”.

O empreendedor A complementa dizendo:

“Observa-se que o crescimento é bastante considerável, já que é um segmento que possui bastante concorrência direta no mercado de Picos, [...] inclusive concorrentes de peso como o P. da Silva e ha pouco tempo o Comercial Carvalho, [...] estamos buscando sempre o crescimento e a permanência no segmento”.

Com base nos depoimentos dos empreendedores A, B, e C, fica notável que a empresa já está a bastante tempo no mercado (a dezenove anos) tendo fincado suas raízes no mesmo. Percebe-se também um crescimento favorável da empresa tanto em termos de colaboradores (funcionários) como em termos percentuais, que de acordo com o conhecimento obtido no decorrer desse estudo, pode-se afirmar que esse fator é decorrente principalmente do desempenho de cada empreendedor, que utilizando os recursos de forma adequada contribuem para o bom posicionamento da organização. Sendo assim, o empreendedor é o principal responsável por dirigir, controlar e comandar todos os processos da empresa como também os seus colaboradores para obter o melhor resultado possível.

Um outro ponto importante e destacado no depoimento do empreendedor A, foi a ameaça de grandes concorrentes na cidade como o Comercial Carvalho, um grande varejista vindo da capital do estado atraído pelo crescimento da região centro sul do Piauí; e o P. da Silva um concorrente tradicional na cidade de Picos que tem crescido e conquistado uma grande fatia do mercado local.

Porém, mesmo em meio a essa concorrência, os empreendedores entrevistados, têm buscado estratégias para competir e alavancar um crescimento que tem sido avaliado em torno de 80% conforme estimado pelos entrevistados. Nota-se que esse crescimento é bastante significativo já que possuem concorrentes de peso no mercado que atuam.

É relevante também conhecer a carreira empreendedora de cada entrevistado para obter um melhor entendimento do perfil de cada um. O empreendedor A possui como o primeiro negócio a empresa Armazém sertanejo e está envolvido com a mesma a 19 (dezenove anos), ou seja, desde sua criação até os dias atuais. Ele afirmou que começou a vida empreendedora nessa empresa, conforme consta em partes do seu depoimento:

“[...] comecei no Armazém Sertanejo, empresa na qual teve minha dedicação desde o seu início até os dias atuais, de forma gradativa sendo minha a idéia inicial que deu origem a abertura e implementação da empresa no mercado de Picos, tendo obtido o apoio dos outros sócios e contado com sua colaboração”.

De acordo com o depoimento do empreendedor A, fica notável que ele se dedicou ao seu empreendimento desde o início, vendo o seu crescimento e desenvolvimento ao decorrer do tempo, partindo dele a ideia principal que levou a criação da empresa.

No que se refere ao perfil do empreendedor B, fica evidente que ele iniciou sua carreira como empresário, sendo o dono de um pequeno empreendimento (granja) localizado no povoado Buriti Grande – Dom Expedito Lopes-PI. Atualmente ele é um dos sócios da empresa Armazém Sertanejo. O empreendedor está envolvido com o negócio atual há 15 (quinze) anos. Essas informações são notadas no depoimento a seguir:

“[...] tive a vontade de abrir um negócio no lugar onde nasci – povoado Buriti Grande – Dom Expedito Lopes, então investi em um pequeno empreendimento conhecido como granja para atender as necessidades das pessoas daquela região. Porém mais tarde quando surgiu a ideia da criação da empresa fui convidado a fazer parte do quadro de sócios da mesma, onde permaneço até hoje atuando de forma direta junto ao quadro de colaboradores e exercendo funções de chefia”.

Observa-se que ele passou a trabalhar no empreendimento logo após a empresa ser inserida no mercado. Pode se notar que o entrevistado buscou expandir em busca de novos horizontes utilizando se de seus conhecimentos e da força de vontade para conquistar o seu espaço na sociedade. É notório que geralmente pessoas com perfil empreendedor começam sua carreira em um empreendimento e logo expande ou se direcionam para outros em busca permanentemente do seu crescimento como profissional, da melhor qualidade de vida e da satisfação pessoal. Dornelas (2008) comenta sobre a importância dos atributos encontrados no perfil do empreendedor de sucesso. Já Nanni *et al* 2006 *apud* Lopes *et al*, 2008, diz que, o comportamento do empreendedor de sucesso está ligado diretamente a um grupo de características distintas que são elas: conhecimento, habilidades, necessidades e valores que são demonstrados com clareza no quadro 1, p. 19, no referencial teórico.

O empreendedor C iniciou sua vida empreendedora com a criação de um escritório de contabilidade na cidade de Picos - PI no qual atua até hoje. Passou a ser um

dos sócios da empresa “Armazém Sertanejo” a convite dos demais, porém atua na empresa de forma indireta. Ele afirma isso quando fala:

“Montei primeiramente um escritório de contabilidade na cidade de Picos, pois recém-formado em curso técnico em contabilidade vi a necessidade e o espaço que esse tipo de empreendimento possuía no mercado da cidade. Logo depois em meu escritório surge de uma conversa informal entre primos e amigos a ideia que partiu do empreendedor “A” de abrir um novo negócio, [...] então fui convidado a participar do quadro de sócios da empresa, mas atuo nela de forma indireta, pois não estou trabalhando em nenhum cargo dentro da empresa porque já trabalho em meu escritório”.

Observa-se que o empreendedor C também expande sua capacidade empreendedora dando continuidade e contribuindo para a criação de novas empresas, mesmo que atuando de forma indireta na mesma.

Para montar uma empresa é necessário dispor de tempo, vontade e dedicação e colaboração das pessoas que estão em volta. Diante disso, Dornelas (2008), afirma que os empreendedores são pessoas dedicadas, pois estão aptas a abdicar parte do seu tempo em respeito ao empreendimento, encontrando energia mesmo diante dos problemas. Segundo Lírio (2008), desde o início do empreendimento deve ficar claro para o empreendedor a decisão de tocar o próprio negócio, sendo essa sua principal decisão, deve-se ainda ter comprometimento total com a empresa para ir em frente e enfrentar todas as dificuldades e obstáculos que geralmente surgirão ao longo do percurso. Toda a dedicação e compromisso com a empresa “Armazém Sertanejo” são observados principalmente nos depoimentos dos entrevistados A e B.

No que diz respeito ao nível de escolaridade e formação, foi descoberto que:

- O empreendedor A Possui como nível de escolaridade o ensino médio completo com formação técnica em contabilidade;
- O empreendedor B possui apenas o ensino médio completo;
- O empreendedor C, assim como o empreendedor A, também possui ensino médio completo com formação de técnico em contabilidade.

De acordo com esses depoimentos, é notório que a formação escolar de cada empreendedor contribuiu de modo satisfatório para suas carreiras profissionais, pois, mesmo sem formação em cursos de níveis superiores na área de gestão, eles conseguiram se destacar e crescer satisfatoriamente no mundo dos negócios. Com isso observa-se que não necessariamente é preciso ter formação superior para se obter o sucesso almejado,

pois para se tornar um empreendedor de sucesso, o que mais importa é a determinação, estando sempre em busca da realização pessoal. E isso está relacionado com as características e comportamentos pessoais de cada indivíduo.

Quando questionados como os entrevistados caracterizam e/ou adjetivam a palavra empreendedor, foram encontradas as seguintes respostas: Para o empreendedor A: “o empreendedor é uma pessoa que possui objetivos na vida e determinação para vencer utilizando-se dos seus conhecimentos e do seu trabalho no dia-a-dia”.

Já o empreendedor B classifica a palavra empreendedor com os seguintes adjetivos: lutador, corajoso e determinado e complementa dizendo:

“Para ser um empreendedor de sucesso é preciso subir cada degrau da escada do empreendimento utilizando-se da coragem, da força e determinação que conseguimos conquistar a cada dia com muito esforço e trabalho, caminhando sempre de cabeça erguida, [...] a procura de nosso espaço e reconhecimento.”

E o empreendedor C utiliza as seguintes expressões para adjetivar a palavra empreendedor: “persistente, auto motivado, estar sempre em busca do que deseja e determinado”.

Tudo isso comprova que os entrevistados conhecem bem o termo “empreendedor”, pois eles produzem características para esse termo atribuindo de acordo com perfil individual próprio. E isso demonstra que eles possuem características que são inerentes ao perfil do empreendedor de sucesso, pois citam dentre outras a busca incessante pelo conhecimento, persistência e determinação para alcançar os objetivos almejados.

Para programar um novo negócio no mercado supercompetitivo é preciso que o empreendedor se sinta motivado e influenciado de alguma forma por fatores advindos do ambiente interno e externo e por características que fazem parte do seu perfil pessoal. Além de ser uma pessoa auto motivadora ao considerar como sendo um indivíduo empreendedor. Para entender melhor essa questão, torna-se relevante saber quais os principais motivos para a criação do negócio no mercado de Picos - PI e, o porquê dos entrevistados se considerarem pessoas empreendedoras. A esse respeito o empreendedor A ressalta:

“Eu estava em busca de atingir os meus objetivos, de adquirir novos conhecimentos e vencer na vida [...] para isso precisei de muito empenho, contando sempre com meu espírito empreendedor e com o apoio direto e indiretamente dos meus familiares, colaboradores e sócios. Sou uma pessoa empreendedora, pois tenho coragem, vontade e determinação para trabalhar em busca do melhor para a organização como um todo.”

Segundo esse depoimento fica claro que o empreendedor foi motivado por diversas forças na qual se destaca a busca incessante por novos conhecimentos e o desejo de prosperar e obter sucesso mesmo em meio aos obstáculos encontrados na incessante busca por objetivos. O empreendedor de sucesso deve está sempre em busca da melhor atuação da organização no mercado que a cada dia se torna mais competitivo. Ele deve cobrar de si um alto desempenho para contribuir com o mais perfeito direcionamento da empresa rumo ao sucesso, ou seja, deve ter em mente aonde deseja chegar para alcançar todos os objetivos traçados. As características que formam o perfil empreendedor como determinação, vontade de trabalhar, coragem, empenho, dentre outras são indispensáveis para que haja o desenvolvimento sustentável do empreendimento.

Todas essas características demonstram que o entrevistado possui o perfil empreendedor. Nesse contexto, Dornelas (2008) afirma que o empreendedor é uma pessoa determinada, pois programam suas ações com total comprometimento, além de serem otimistas pelo fato de adorar o trabalho que praticam e de sempre visualizarem o sucesso, são independentes e estabelecem o próprio destino, em vez de empregados querem criar algo inédito, ser o patrão e gerar empregos.

Outro ponto que vale destacar do depoimento do empreendedor A é a força positiva dos fatores sociológicos citados por Dornelas (2008) e representado aqui pela família do entrevistado, pois, observa-se que o aspecto familiar e a convivência com as pessoas podem fornecer incentivos que auxiliam no desenvolvimento do potencial empreendedor de cada indivíduo.

Para o empreendedor B um dos principais motivos para a criação da empresa foi: a geração de empregos e a arrecadação de impostos para a região. Ele considera ser uma pessoa empreendedora conforme relata no seu depoimento:

“Sou sim uma pessoa empreendedora [...] deixei a comodidade de ser um funcionário público, onde os riscos são bem menores para me arriscar na abertura de um novo empreendimento, contribuindo e sendo exemplo para as demais pessoas que almejam isso e não tem coragem de se arriscar, além de contribuir também com a geração de emprego e renda para a comunidade”.

Os empreendedores gostam de contribuir e se relacionar com as pessoas de forma interagente e harmoniosa cooperando assim para o crescimento de todos que estão a sua volta, inclusive os seus colaboradores (funcionários), e através da geração de empregos e renda consegue melhorar as condições de vida da sociedade. Os empreendedores estão aptos a assumir os riscos relacionados ao novo negócio, ponderando sempre as alternativas existentes e que lhes repassam uma maior segurança, pois eles assumem riscos calculados e de forma raciocinada.

Segundo Dornelas (2008), uma das características mais conhecidas do perfil empreendedor é a propensão a assumir riscos. Porém é importante ressaltar que o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e possui a capacidade de gerenciá-los ponderando as verdadeiras chances de sucesso. Longenecker *et al* (2007), complementa dizendo que os empreendedores aceitam os riscos referentes ao empreendimento e estimulam mudanças, inovação e melhorias no setor econômico, ao contrário dos empregados que recebem remuneração específica e não assumem os risco do empreendimento.

Com base no exposto pode-se afirmar que o empreendedor B assumiu um risco calculado, pois ele deixou seu emprego público para assumir a sociedade em uma empresa que já tinha passado do seu primeiro ano de funcionamento, e estava mostrando resultados positivos. Isso caracteriza, mais uma vez, o seu perfil empreendedor, pois ele avaliou as alternativas existentes e se dispôs a assumir um risco moderado em busca de novos desafios.

No discurso que segue o empreendedor C expõe os principais motivos para ter se tornado sócio do “Armazém Sertanejo”, e o porquê dele considerar ser uma pessoa empreendedora:

“Na época eu tinha algumas economias pessoais, decidi então investir em um novo empreendimento (pois eu já possuía o escritório de contabilidade) com o intuito de gerar mais empregos e de colaborar com a ideia do meu sócio, aí então eu investi no Armazém Sertanejo. além de me considerar uma pessoa motivada para buscar sempre a realização pessoal [...] gosto muito da atividade que exerço e do ramo que atuo (o da contabilidade) como também gosto do segmento que o Armazém Sertanejo atende. [...] sou uma pessoa empreendedora, pois trago comigo força e determinação que são fatores essenciais para determinar um perfil empreendedor [...] gosto daquilo que pratico e do setor que atuo [...] busco sempre o melhor para o empreendimento [...] e estou apto às mudanças do ambiente que estou inserido”.

Com as respostas obtidas fica claro que o empreendedor C possui as características identificadoras do perfil empreendedor, pois é determinado quando almeja algo, gosta daquilo que pratica e do ramo em que atua, busca sempre a satisfação pessoal bem como a satisfação dos demais que estão a sua volta, gosta de investir seus recursos com o intuito de gerar lucros e riquezas contribuindo com a geração de novos empregos.

De acordo com Hisrich *et al* (2009), o empreendedor na visão do economista, é aquela pessoa que dispõe de recursos necessários, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seus valores ainda maiores, na visão do psicólogo é a pessoa incentivada pela necessidade de obter ou conseguir algo, de experimentar e de realizar seus objetivos. Enfim, o empreendedor é o ser capaz de utilizar da melhor forma possível os recursos disponíveis, reduzir os desperdícios e contribuir com a geração de empregos para as outras pessoas, características que são observadas em fragmentos do depoimento do empreendedor C.

Conclui-se, portanto que o perfil dos sócios do Armazém Sertanejo está em concordância com o perfil empreendedor encontrado na literatura, já que se observa nos entrevistados características como: a busca incessante pela satisfação pessoal, vontade de prosperar, perseverança, determinação, comprometimento, motivação, coragem, criatividade, confiança, capacidade de buscar novos conhecimentos, a disposição de correr riscos calculados, e a geração de empregos e renda para a sociedade. Todas essas características apresentadas nos depoimentos de cada empreendedor e estudadas detalhadamente no decorrer desse trabalho, servem para justificar o crescimento contínuo e almejado, além do sucesso que a empresa Armazém sertanejo tem alcançado no mercado da cidade de Picos-PI e das regiões vizinhas.

4.2 Os fatores críticos de sucesso

Para atender ao segundo objetivo da pesquisa que é descrever os fatores críticos de sucesso, torna-se interessante entender quais os fatores que levaram cada empreendedor a obter a motivação de maneira individual para se tornar um empreendedor de sucesso e como isso contribui para o sucesso da organização.

A maioria das vezes os empreendedores são influenciados por fatores advindos do ambiente externo, principalmente quando eles percebem uma necessidade ou um mercado que ainda não foi atendido em sua totalidade. Porém o que se observa muitas vezes é as influencias vindas do interior de cada indivíduo. Essas influencias caracterizam a maneira de se portar diante das necessidades de cada ser em relação a satisfação pessoal. Com isso torna-se interessante saber quais os fatores que levaram cada entrevistado a se tornar um empreendedor,

O empreendedor A disse que os principais fatores que o influenciaram a se tornar um empreendedor foi: “a busca por uma vida melhor, satisfação pessoal e a geração de empregos para as pessoas”.

Já o empreendedor B ressalta em seu depoimento o seguinte:

“Eu fui influenciado principalmente pela geração de empregos e arrecadação de impostos para o município, que para mim é um fator importante para o crescimento e desenvolvimento de uma região [...] e também pela realização pessoal e pela busca da melhor qualidade de vida para minha família, [...] além da capacidade que tenho para assumir os riscos inerentes ao negócio”.

Já o empreendedor C foi influenciado pelo desejo latente da satisfação pessoal: que segundo suas palavras: “a satisfação pessoal foi minha maior influencia para que eu me tornasse empreendedor, pois agora de empregado eu passei a ser patrão”.

Analisando esses depoimentos pode se observar que os fatores que são mais apontados pelos entrevistados como influenciadores a se tornarem empreendedores foram: satisfação pessoal, geração de empregos e renda para a região e busca por melhor qualidade de vida (renda). De acordo com o depoimento do empreendedor B, ficou observado que ele foi motivado pelo crescimento e desenvolvimento do meio em que vive.

Comprovando isso Dornelas (2008) afirma, os empreendedores são motivados e influenciados por fatores ambientais e por aptidões pessoais na qual ele destaca a realização pessoal, e busca incessante por melhores qualidades de vida, além da capacidade dos empreendedores de assumir os riscos relacionados ao novo negócio. Todas essas características ficam esclarecidas nos depoimentos dos entrevistados.

Para um melhor entendimento dos fatores que influenciam o sucesso da organização foi questionado sobre quais as principais funções e/ou atribuições cada

empreendedor possui na empresa e ainda, foi indagado se eles possuíam alguma experiência na área.

Segue o seguinte depoimento dos empreendedores:

Empreendedor A: “posso como principal atribuição o cargo de direção comercial, no qual já contava com alguma experiência na área, pois comecei desde cedo exercendo funções que desempenhavam papel semelhante, adquirindo essas experiências no período em que trabalhei exercendo cargos de gerência na empresa conhecida na época como Casa Martins, e atualmente é conhecida como o Piauí Eletro”.

Empreendedor B: “exerço como principais atribuições na organização gerenciar os recursos financeiros, a área administrativa e a área de pessoal gosto muito do trabalho que faço e das funções que desempenho, pois conto com um fator importante que é a experiência na área, já atuei no campo administrativo e financeiro em outras empresas, exercendo a função de gerente do Banco do Brasil e da Construtora Picoense Ltda.”.

Empreendedor C: “posso como principal atribuição à contabilidade da empresa, onde já tenho experiência com meu outro empreendimento (escritório de contabilidade), a minha formação de técnico em contabilidade também contribuiu bastante para que eu desempenhasse essa função na empresa”.

Diante do que foi exposto, torna-se evidente que os empreendedores exercem funções e possuem atribuições na qual já apresentavam algum tipo de experiências passadas advindas de trabalhos desempenhados em outras empresas, nas quais exerciam funções como a de administrador. Contribuindo dessa maneira para um perfeito conhecimento da área em que atuam e do papel que desempenham dentro da organização.

Corroborando com essa ideia, Dornelas (2008) afirma que, o verdadeiro empreendedor assume funções, papéis e atividades de maneira complementar referentes ao administrador, sabendo, através de seu conhecimento, utiliza-las no momento adequado e da melhor forma possível para atingir seus objetivos. Dornelas (2008) fala também a respeito da importância de se ter algum conhecimento na área de atuação almejada pelo empreendedor, pois os empreendedores de sucesso são sedentos pelo saber e aprendem continuamente, buscam o conhecimento em diversos meios e realizam constantemente estudos sobre a área de atuação no mercado.

Diversas vezes as pessoas recebem inspiração de algum fenômeno acontecido no ambiente ou de alguma pessoa que possui um histórico de sucesso nas atividades que exercem. Diante disso, procurou-se saber se os entrevistados tinham recebido inspiração de algum ícone para se tornarem empreendedores. Segue os depoimentos:

Empreendedor A: “Eu não recebi nenhuma inspiração de outra pessoa já empreendedora [...] montei o meu negócio por iniciativa própria, e por observar uma demanda latente que possuía necessidades ainda não supridas [...] e para realizar um sonho de melhor qualidade de vida e satisfação pessoal, possuo como principal ícone a pessoa do João Claudino Fernandes (Grupo Claudino), eu o admiro pela sua determinação e sucesso pessoal alcançado em todas as suas atividades comerciais e na vida pessoal”.

Empreendedor B: “Recebi sim inspiração de algumas pessoas empreendedoras bem sucedidas no mercado, procuro sempre seguir seus exemplos e ensinamentos [...] o meu principal ícone está na pessoa do Augusto Barros de Araújo (caxexa – Baby Kit), que se tornou admirado por mim pela coragem de ser um grande empreendedor mesmo sendo semianalfabeto”.

Empreendedor C: “No meu desenvolvimento como empreendedor eu tive inspiração de algumas pessoas que são empreendedores e que atuam no mercado há bastante tempo, meus principais ícones são os meus sócios, pelo fato de estarem a frente de um empreendimento que possui muita concorrência dentro da cidade de Picos”.

Fazendo uma breve análise desses fragmentos, nota-se que os empreendedores do Armazém Sertanejo com exceção do empreendedor A receberam inspiração de pessoas que possuem um histórico de sucesso, sendo motivador para quem estar iniciando e /ou deseja entrar no mercado competitivo e montar seu próprio negócio. Além disso, todos afirmaram ter se inspirado em seus ícones, que são empreendedores atuantes no próprio mercado local na região do Piauí.

A esse respeito Dornelas (2008), afirma que os empreendedores são influenciados por fatores sociológicos e ambientais no qual está incluído as pessoas (modelos) de sucesso. Complementa Lyrio (2008), os fatores que influenciam o comportamento empreendedor são advindos do ambiente externo somados aos fatores sociais e aliados às aptidões individuais de cada pessoa.

Assim, conforme se observa na literatura e na prática analisada, é importante para os empresários se espelharem em algum ícone de sucesso, buscando, obviamente, desenvolver a sua própria história empreendedora de maneira criativa e inovadora. Exemplos que são observados nos depoimentos dos empreendedores entrevistados.

As pessoas normalmente detectam pontos positivos e negativos nas atividades que procuram desempenhar. Com isso questionou-se aos entrevistados sobre quais os lados positivos e negativos de ser um empreendedor, e foram encontradas as seguintes respostas:

Empreendedor A: “o lado positivo de ser um empreendedor, além da satisfação pessoal, e poder contribuir com a geração de empregos e renda para a região e o lado negativo, e ter que viver muitas vezes com a insegurança além da cobrança de muitos impostos por parte dos governantes”.

Empreendedor B: “o lado positivo de ser um empreendedor é o reconhecimento como um colaborador direto no desenvolvimento da região, e o lado negativo é o excesso de burocracia na parte tributária”.

Empreendedor C: “o lado positivo de ser um empreendedor além da realização pessoal é a realização de outras pessoas que estão a nossa volta através dos empregos oferecidos por nossa organização e o lado negativo é o estresse de cada dia e trabalho além do horário, pois trabalhamos todos os dias mais de oito horas além de levarmos muitas vezes coisas do trabalho para casa”.

Diante do que foi exposto fica claro que, para os empreendedores o lado positivo de suas carreiras é a realização pessoal; a geração de empregos e a colaboração para o crescimento e desenvolvimento econômico da região. E o lado negativo se caracteriza por: cobranças de muitos impostos; excesso de burocracia e trabalho excessivo. Através desses depoimentos é observável que faltam incentivos por parte dos governantes para o crescimento e desenvolvimento dos empreendimentos da região.

Na visão de Hisrich *et al* (2009), a atividade empreendedora é capaz de promover o desenvolvimento econômico de um local, pois contribui para uma melhor distribuição da riqueza onde está sendo aplicado. Isto significa que o ato de empreender não beneficia apenas o empreendedor, mas sim toda a comunidade onde o empreendimento está sendo instalado. Complementando essa ideia, Greco *et al* (2010), destaca que, o empreendedor é o grande colaborador do crescimento e desenvolvimento econômico sustentável de uma sociedade.

Levando em consideração as respostas dos empreendedores A e B com relação ao lado negativo de ser empreendedor, que é o excesso de burocracia e cobrança de impostos, Dolabela (2009), garante que a burocracia e os impostos excessivos são um grande obstáculo para a criação de novas empresas, o que leva às vezes, a um grande número de empreendimentos permanecerem na informalidade. O referido autor, conclui dizendo que a burocracia brasileira juntamente com a legislação reprime a atividade empresarial e é um importante obstáculo à criação de empregos, além de um estímulo à sonegação de impostos e à corrupção.

Com base em cada depoimento fica observado que, os sócios do Armazém Sertanejo foram estimulados principalmente pela criação e geração de empregos e pelo crescimento e desenvolvimento do mercado local e da região na qual o empreendimento

está inserido, contribuindo dessa forma, para uma melhor condição de vida da população. Apesar do governo (políticas públicas) ainda não contribuir de maneira satisfatória para estimular a criação de novos empreendimentos formais que gerarão mais empregos e fonte de renda para a região de Picos.

Com isso observa a importância de descrever os fatores críticos para o sucesso da organização, que são baseados, sobretudo no perfil do empreendedor bem sucedido, pois este deve possuir determinação e comprometimento para buscar seus objetivos, enfrentando todas as dificuldades e obstáculos que surgirão ao longo da jornada. O mais importante é que tudo o que for feito deve ser bem avaliado e ponderado para poder garantir o máximo de sucesso e o mínimo de fracasso.

4.3 O processo empreendedor

Para entender melhor a influência advinda do empreendedor em relação à contribuição para o crescimento e desenvolvimento da organização na qual ele atua direto ou indiretamente, é importante identificar como ocorreu o processo empreendedor para a criação da empresa.

O processo empreendedor é formado por quatro etapas distintas e complementares que são elas: identificação e avaliação da oportunidade, desenvolvimento do plano de negócios, determinação dos recursos necessários e administração da empresa. Essas etapas serão abordadas de forma detalhada na sequência dos tópicos.

Inicialmente tem-se a primeira etapa do processo de empreender que é a identificação e avaliação da oportunidade. Para criar uma empresa é necessário que se tenha uma ideia, tal ideia deve representar uma boa oportunidade de negócio, e esta surge devido a diversos fatores ligados ao ambiente. Buscando informações sobre como e onde surgiu a ideia que criou e implementou a empresa Armazém Sertanejo na cidade de Picos-PI foram encontradas as seguintes respostas:

Empreendedor A: “a ideia surgiu principalmente pela motivação que tive diante das necessidades que observei por parte dos consumidores de picos, tais necessidades ao meu ponto de vista, ainda não tinham sido supridas em sua totalidade pelas outras empresas do segmento na região, aí então tive a ideia que

gerou a empresa e contando com a colaboração dos outros sócios ela foi aberta no ano de 1993”.

Empreendedor B: “a ideia da criação da empresa na cidade de Picos, surgiu da necessidade de termos outra atividade além dos empregos de cada sócio (Casa Martins atual Piauí eletro, Banco do Brasil e Escritório de Contabilidade respectivamente aos sócios “A”, “B” e “C”) [...] e ainda surgiu do encontro entre primos e amigos em um dia qualquer na cidade de Picos-PI”.

Empreendedor C: “a ideia surgiu de um encontro casual que resultou na criação da empresa [...] foi uma conversa informal entre os possíveis sócios, na noite de dezembro de 1992, no escritório de contabilidade (estecol) de um dos sócios”.

Analisando os depoimentos fica claro que a ideia de criar e implementar a empresa no mercado de Picos-PI surgiu principalmente devido a fatores e motivações pessoais como o desejo latente de possuir uma empresa e de ser empreendedor, além de fatores ligados ao ambiente externo que fica notado através do depoimento do empreendedor A em relação às necessidades específicas dos consumidores, que ainda não tinham sido supridas pelo mercado da região.

De acordo com Dornelas (2008), quando um empreendedor tem uma ideia ele deve fazer alguns questionamentos pertinentes como: quais clientes comprarão o meu produto? Qual é o tamanho do mercado em termos de clientes, esse mercado está em crescimento? Quem são os concorrentes? Com o intuito de saber se ela representa ou não uma nova oportunidade no mercado, também é importante analisar questões ligadas ao momento em que a ideia foi gerada, e ao nível de experiência do empreendedor no ramo em que pretende atuar.

Nos depoimentos dos empreendedores B e C têm-se a informação de que a ideia para análise da oportunidade surgiu em uma reunião informal de família ao analisarem uma lacuna no mercado de Picos, a partir daí o embrião de um novo negócio foi formado.

No momento em que surgiu a ideia de implantar a empresa Armazém Sertanejo no mercado de Picos-PI, os empreendedores almejavam atender apenas o público alvo da cidade, mas com o tempo o seu empreendimento foi crescendo e se expandindo para as regiões vizinhas nas quais hoje se encontra concentrada a maior parte dos seus clientes.

As pessoas com perfil empreendedor estão em busca de novas oportunidades e procuram avaliar de forma coerente a mesma. Com base nisso é instigante saber como os entrevistados enxergaram e avaliaram a nova oportunidade surgida no segmento em que atuam. As respostas obtidas foram as seguintes:

Empreendedor A: “eu enxerguei a nova oportunidade como promissora, já que o tipo de atividade comercial possui como fator principal a venda de produtos alimentícios, eu avaliei essa nova oportunidade como positiva, pois está havendo um crescimento contínuo no segmento, [...] a empresa trabalha com produtos (alimentos) que é indispensável para a sobrevivência das pessoas [...] esse é um segmento promissor para negócios futuros em outras cidades da micro região de Picos”.

Empreendedor B: “eu enxerguei a nova oportunidade no segmento, por ter observado a falta de modernidade no serviço de atendimento e distribuição oferecido pela concorrência, avaliando essa oportunidade como a possibilidade de conseguir um espaço no mercado varejista de Picos-PI”.

Empreendedor C: “a gente observa as lacunas deixadas pelas outras empresas para aproveitar as oportunidades que o mercado oferece e conseqüentemente buscar conquistar e fidelizar os nossos clientes procurando satisfazer suas necessidades de forma adequada fazendo com que eles se sintam bem com a nossa empresa, e assim foi o modo como enxerguei e avaliei a nova oportunidade.”

Muitas vezes as oportunidades surgem observando-se as lacunas deixadas por outras empresas, fato que está descrito no decorrer dos depoimentos dos empreendedores, além da importância referente ao tipo de produto e /ou serviço que a empresa oferece, porém é indispensável fazer uma análise de forma detalhada do público alvo que se deseja atingir e o mercado que almeja atuar de maneira competitiva e do ambiente no qual a empresa está inserida.

Na identificação e avaliação da oportunidade é necessário, segundo Lyrio (2008), que o empreendedor tenha em mente o tipo de negócio que se deseja criar. Dolabela (2009) complementa dizendo que: o aproveitamento da oportunidade requer um profundo conhecimento do negócio, que implica em dominar a sua lógica de funcionamento, portanto ter informações sobre lucratividade, concorrência, clientela e mercado, saber buscar e gerir os recursos são fatores determinantes nessa fase do processo.

Percebe-se que cada empresário destaca um ponto forte e inovado sobre a avaliação da oportunidade dos quais podem ser citados o crescimento contínuo do segmento, a venda de produtos indispensáveis para a sobrevivência humana (alimentos), e as lacunas deixadas no mercado pelos seus concorrentes. Para que desenvolva a oportunidade de modo promissor é necessário obter todas as informações referentes ao mercado que deseja atuar.

Outra fase importante no processo empreendedor diz respeito ao desenvolvimento de um plano de negócios detalhado. Para abrir e colocar em funcionamento um empreendimento é necessário, que a todo o momento, o empreendedor utilize-se do planejamento contínuo e possua um plano de negócio detalhado e formalizado (colocado

no papel) em mãos. Baseado nessa afirmação foi questionado se os sócios tinham feito algum tipo de planejamento (plano de negócio) para abrir a nova empresa. As respostas obtidas foram as seguintes:

Empreendedor A: “planejamos sim as nossas ações, pois estudamos detalhadamente o mercado, a localização da empresa, fizemos pesquisas com o intuito de saber nosso público-alvo e saber quais produtos teriam maior aceitação no mercado de Picos-PI, além de fazermos pesquisas sobre características e atributos dos produtos”.

Empreendedor B: “sim, avaliamos quais os itens que teriam maior aceitação e implantamos um serviço de atendimento e entrega no comércio, porém não possuíamos um plano de negócio colocado no papel”.

Empreendedor C: “planejar é sempre importante quando se deseja fazer algo, principalmente quando isso envolver diversos fatores ligados diretamente a pessoas”.

De acordo com os depoimentos observa-se que os empreendedores planejaram suas ações de maneira informal antes de implementarem o negócio, e isso foi feito através de análises sobre as necessidades dos clientes, o mercado, os produtos e a localização do empreendimento. Porém eles não possuíam um plano de negócios detalhado em mãos que os teriam ajudado na hora de obter financiamentos para a empresa, bem como para entender melhor seus processos e para desencadear um crescimento e desenvolvimento sustentável da mesma.

Consoante Hisrich *et al* (2009), o planejamento é parte fundamental para a criação de uma nova empresa, além de ser um processo contínuo e interminável dentro da mesma. Complementando essa ideia Dornelas (2008) diz que, os empreendedores precisam saber planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada ou em crescimento, pois um negócio bem planejado terá mais chances de êxito do que aquele sem planejamento, na mesma igualdade de posições e a elaboração do plano de negócio é parte fundamental desse processo.

A terceira parte do processo empreendedor diz respeito às fontes de financiamento do empreendimento. Os recursos financeiros é parte indispensável na criação de uma nova empresa. Por isso foi indagado aos entrevistados sobre quais fontes de recursos (econômicos e financeiros) eles utilizaram para abrir a empresa.

Os empreendedores A, B, e C, disseram em seus depoimentos o seguinte:

“Foram utilizados recursos pessoais [...] no início do empreendimento não recorremos a instituições financeiras, porém, mais tarde foi necessário fazer esse procedimento [...] fizemos isso no terceiro ano da empresa com a finalidade de implantar um sistema de informática, e de buscar novos recursos para melhorar o funcionamento da empresa”.

Tudo isso demonstra que os empreendedores buscaram recursos nos meios mais utilizados para se obter financiamento para a empresa (economias pessoais e instituições financeiras).

De acordo com Longenecker (2007), para financiar uma nova empresa os empreendedores utilizam-se primeiramente das economias pessoais, só depois eles recorrem a alguma outra fonte de financiamento, incluindo as instituições financeiras.

A literatura apresenta diversas formas de financiamentos que se colocam disponíveis aos empreendedores, porém muitas vezes por falta de conhecimento dos mesmos essas fontes passam despercebidas e ignoradas. E por desconhecerem buscam empréstimos nos meios mais tradicionais e que oferecem um maior conforto e segurança.

A última fase do processo empreendedor (administração da empresa) buscou-se saber se em algum período do empreendimento houve algum momento crítico que levasse o empreendedor a pensar em desistir da organização.

Com base nisso foi encontrada a seguinte resposta: Para os empreendedores A, B e C, não houve nenhum momento crítico que levassem eles a pensar em desistir da empresa, pois este é um negócio que traz resultados significativos e satisfatórios para os sócios e para os funcionários de modo geral. Esses resultados foram obtidos através de uma boa gestão dos recursos disponíveis, utilizados de modo adequado pelos empreendedores para o crescimento e desenvolvimento sustentável da empresa.

Enfim, é indispensável que todo empreendimento passe pelas quatro etapas do processo empreendedor para que consiga a estabilidade no mercado competitivo. De acordo com Hisrich *et al* (2009), cada etapa do processo empreendedor é fundamental para o eventual êxito da organização e cada uma está intimamente ligada às demais. Porém é importante ressaltar que essas fases não apresentam forma sequencial, ou seja, nenhuma delas precisa estar completamente concluída para que se inicie a seguinte. Ficou evidente que os empresários do Armazém Sertanejo souberam utilizar suas ideias e aproveitar as oportunidades que surgiram no mercado. Falharam um pouco na hora de fazer um planejamento mais formal que se resume na elaboração de um plano de negócio detalhado. Buscaram recursos econômicos/financeiros nos meios mais tradicionais

utilizados para esse tipo de atividade econômica. Procuram administrar a empresa da melhor maneira possível, utilizando-se de um profundo conhecimento do negócio que implica estar sempre em busca de informações pertinentes sobre lucratividade, concorrência, clientela e mercado local da cidade de Picos-PI.

Os empreendedores de sucesso tendem a ser exemplos para as demais pessoas que almejam seguir essa profissão. Com isso foi questionado aos entrevistados sobre quais conselhos eles dariam para uma pessoa que deseja ser empreendedor, e foram obtidas as seguintes respostas:

Empreendedor A: “eu aconselho e repasso minhas experiências dizendo que, antes de se tornar um empreendedor é necessário procurar descobrir se realmente é o que você deseja se é sua vocação, deve também procurar identificar qual é o mercado que o seu perfil se encaixa de forma adequada”.

Empreendedor B: “os conselhos que dou para uma pessoa que deseja se tornar um empreendedor é: avaliar bem o mercado e identificar áreas com melhores espaços a serem explorados; tratar de maneira adequada a sua equipe de colaboradores (funcionários); nunca tentar enganar seus clientes; e trabalhar muito e com muita seriedade”.

Empreendedor C: “o principal é ter foco, determinação, empenho, dedicação, esforço e trabalhar muito, pois possuir um empreendimento e gerenciá-lo não é tarefa fácil de fazer”.

Ficou exposto com esses depoimentos, que para ser um empreendedor é necessário possuir objetivos a serem alcançados e para isso é importante que as pessoas tenham foco, determinação, dedicação, vocação, coragem para assumir o trabalho de cada dia utilizando sempre da seriedade e do respeito para com os clientes e colaboradores da organização. Também é importante destacar a avaliação do mercado e do segmento que deseja atuar, bem como buscar a melhor forma de gerenciar o empreendimento, essas informações ficam esclarecidas nos depoimentos dos entrevistados A, B e C.

CAPÍTULO 5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo foi realizado tendo como objetivo principal a obtenção de algumas informações referentes ao empreendedorismo na cidade de Picos – PI por meio da história de sucesso de três empresários, que fazem parte da empresa Armazém Sertanejo.

Os resultados proporcionados e discutidos nesse trabalho afirmam que os empreendedores entrevistados são pessoas dotadas de espírito inovador, sensibilidade para os negócios e a capacidade de identificar oportunidades promissoras através da transformação de simples ideias em negócios lucrativos. Foi observado que os entrevistados possuem características determinantes do perfil empreendedor que estão em consonância com o perfil empreendedor encontrado na literatura. São características evidenciadas como: determinação, realização pessoal, capacidade de correr riscos calculados, perseverança, coragem, criatividade, motivação, conhecimento e busca incessante pela melhor qualidade de vida. Com isso, conseguem permanecer firmes no mercado concorrencial local e contribuir de modo satisfatório para o crescimento e desenvolvimento da organização como um todo e do ambiente em que estão inseridos.

Os objetivos desse trabalho foram alcançados, pois a partir da análise feita com os dados que foram obtidos, ficou observado que o grupo de empreendedores, estudados e analisados minuciosamente, possui as características inerentes ao perfil do empreendedor encontrado na literatura. Observa-se também que os aspectos relevantes considerados os fatores críticos de sucesso existentes na organização em estudo são compatíveis para contribuir com a eficiência e o crescimento contínuo da empresa bem como de seus colaboradores diretos e indiretos. Tais fatores estão relacionados diretamente com as o perfil empreendedor de cada entrevistado, bem como com as influencias advindas do ambiente externo.

Esses fatores são expostos da seguinte forma: a vontade e o desejo dos entrevistados em contribuir com o crescimento e desenvolvimento da região, através da estimulação da economia local, utilizando-se da geração de empregos e renda para a população; um outro ponto observado foi a busca pela satisfação pessoal e por uma melhor qualidade de vida que levou cada empreendedor a dar o melhor de si em busca de obter o sucesso da organização; ter iniciativa própria, o nível de formação e experiências

na área de atuação também foram muito importantes; além de influências recebidas de pessoas(modelos) de sucesso que serviram para estimular ainda mais o crescimento de cada sócio e da organização rumo ao sucesso.

No que diz respeito ao processo de empreender, é observável que os empreendedores analisados seguiram todas as fases desse processo, embora ainda haja alguma falha com relação à obtenção de um plano de negócios mais detalhado que iria contribuir para o melhor entendimento dos processos da organização estudada e para a obtenção de investimentos financeiros. Um planejamento mais formal é de suma importância para o crescimento sustentável de uma organização em meio à concorrência acirrada e as transformações e mudanças repentinas do mercado.

Esse estudo é recomendado a todos que se interessarem pelo tema em questão, inclusive para os empreendedores da empresa Armazém Sertanejo, com o intuito de aprender cada vez mais sobre esse termo conhecido como empreendedorismo. Fica, portanto as recomendações de possíveis estudos posteriores para analisar em outras organizações, o modo de como ocorre o processo empreendedor bem como as variáveis determinantes para o sucesso das organizações.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico: elaboração de trabalhos na graduação.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

CERVO, Amado L. *et al.* **Metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DOLABELA, Fernando. **Quero construir minha história.** Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios,** 3. ed.- Rio de Janeiro : Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor - Entrepreneurship.** São Paulo: Pioneira Thomson learning, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa,** 4.ed – São Paulo: Atlas, 2006.

_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6. ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

GRECO, Simara Maria de Sousa Silveira *et al.* **Empreendedorismo no Brasil.** Curitiba: IBQP, 2010. Disponível em < <http://www.biblioteca.sebrae.com.br> > Acesso em: 24/04/2012.

HILDEBRANDO, Valdemiro. **Considerações sobre a Educação Empreendedora e o Pensamento de Joseph Schumpeter.** Santa Catarina: Universidade do Planalto Catarinense, 2009. Disponível em < <http://www.educatore.com.br/artigos> > Acesso em: 03/05/2012.

HISRICH, Robert D. *et al.* **Empreendedorismo.** 7. Ed. - Porto Alegre: Bookman, 2009.
LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia científica.** 4. ed. São Paulo, Atlas, 2006.

LYRIO, Maurício Vasconcellos Leão. **Gestão: empreendedorismo.** Curso de Administração de Empresas, instituto de ensino superior (IES), Florianópolis-SC, 2008. Disponível em < [http://mauriciovll.files.wordpress.com/apostila de empreendedorismo](http://mauriciovll.files.wordpress.com/apostila%20de%20empreendedorismo) > Acesso em: 02/05/2012.

LONGENECKER, Justin G. *et al.* **Administração de Pequenas Empresas.** 13. Ed – São Paulo: Thomson Learning, 2007.

LOPES, Camila Papa *et al.* **Empreendedorismo no Brasil e o Processo de Inovação: O Caso Mauá.** Universidade Católica de Santos, 2008. Disponível em < <http://www.ead.fea.usp.br> > Acesso em: 24/04/2012.

MOSSATO, Suenny. **Empreendedorismo - uma onda ou a única saída.** Revista eletrônica FAE Business School, 2004. Disponível em < <http://www.fae.edu/publicador> > Acesso em: 24/04/2012.

POSSOLI, Cheila Raquel *et al.* **A Importância do Empreendedorismo Associada às Características de um Empreendedor de sucesso.** Curitiba: Faculdade Opet, 2011. Disponível em < <http://artigocientifico.uol.com.br/artigos> > Acesso em: 03/04/2012.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SILVA, Patrícia. **Manual do empreendedor.** Leiria: Instituto Politécnico de Leiria, 2007. Disponível em < <http://blog.ued.ipleiria.pt/manual> > Acesso em: 10/04/2012.

VERGARA, Sylvia Contant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 8. Ed. São Paulo: 2007.

APENDICE A – roteiro de entrevista realizado com os empreendedores da empresa “Armazém Sertanejo”.

1. Qual o seu primeiro negócio? Há quanto tempo está envolvido com a empresa atual?
2. Qual é o seu nível de escolaridade?
3. Seu nível de escolaridade foi relevante, para que você se tornasse um empreendedor?
4. Como você adjetiva a palavra empreendedor?
5. Quais foram seus principais motivos para a criação do negócio?
6. Você se considera uma pessoa empreendedora? Por quê?
7. Há quantos anos a empresa está inserida no mercado de Picos - PI?
8. Quando a empresa começou no mercado, ela possuía quantos colaboradores (funcionários)?
9. Atualmente a empresa conta com quantos funcionários?
10. Em termos percentuais, de quanto foi o crescimento nos primeiros anos da empresa? E hoje?
11. Quais fatores o influenciaram a se tornar um empreendedor?
12. Quais as suas principais atribuições na empresa?
13. Você possuía algum tipo de experiência na área? Quais as suas primeiras experiências em termo de negócios?
14. Você recebeu inspiração de alguma pessoa já empreendedora?
15. Qual ou quais os seus principais ícones? Porque eles são tão admirados por você?
16. Para você qual é o lado positivo de ser um empreendedor? E o negativo (se existir)?
17. Como e onde surgiu a ideia da criação e implementação da empresa no mercado de Picos – PI?

18. Como você enxergou uma nova oportunidade no seu segmento?
19. Como você avaliou essa nova oportunidade?
20. Você possuía em mãos um plano de negócio? Fez algum tipo de planejamento para abrir a nova empresa?
21. Que tipos de recursos (econômicos e financeiros) você necessitou para a implementação do negócio? Você recorreu a alguma instituição financeira?

22. No início do negócio teve algum momento crítico que levou você a pensar em desistir. Como você superou esse momento?
23. Que conselhos (experiências) você daria para uma pessoa que deseja se tornar um empreendedor?