

FACULDADE CATÓLICA DE ANÁPOLIS
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM
GESTÃO DE PESSOAS, PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL E *COACHING*

KENIA ALVES
SEVERINA FRANCISCA
TALITA COSTA DE ASSIS LOPES

EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS
DO EMPREENDEDOR E SUA CONTRIBUIÇÃO NA GESTÃO EMPRESARIAL

ANÁPOLIS-GO
2016

KENIA ALVES
SEVERINA FRANCISCA
TALITA COSTA DE ASSIS LOPES

EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS
DO EMPREENDEDOR E SUA CONTRIBUIÇÃO NA GESTÃO EMPRESARIAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade Católica de Anápolis, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Gestão de Pessoas, Psicologia Organizacional e *Coaching*, sob a orientação da Profa. Dra. Elaine Abrahão Amaral

ANÁPOLIS-GO
2016

FOLHA DE APROVAÇÃO

KENIA ALVES
SEVERINA FRANCISCA
TALITA COSTA DE ASSIS LOPES

EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS
DO EMPREENDEDOR E SUA CONTRIBUIÇÃO NA GESTÃO EMPRESARIAL

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade Católica de Anápolis como requisito essencial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Pessoas, Psicologia Organizacional e *Coaching* sob a orientação da Profa. Dra. Elaine Abrahão Amaral

Data da aprovação: 03 /11/2016.

BANCA EXAMINADOR

Elaine Abrahão Amaral
ORIENTADORA

Aracelly Rodrigues Loures Rangel
CONVIDADO

Badran Awad Odeh
CONVIDADO

EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR E SUA CONTRIBUIÇÃO NOS NEGÓCIOS NA EMPRESA

Kênia Alves¹
Severina Francisca²
Talita Costa de Assis Lopes³
Elaine Abrahão Amaral⁴

RESUMO: Este artigo foi elaborado fundamentado em como uma pessoa com potencial para empreender se torna um gestor de muito sucesso no mercado. Para tanto, a presente pesquisa, por meio da estratégia metodológica do estudo de caso, objetivou descrever o perfil de um gestor de sucesso em meio a um conjunto de fatores atrelados ao comportamento, atitudes, competências e habilidades das pessoas que se tornam gestores de sucesso. O Referencial teórico deste estudo baseia-se nos estudos dos seguintes autores: Chiavenato (2005); Dolabela (1999, 2002, 2008) Dornellas (2005, 2014) e os demais. As análises dos resultados foram obtidas com base no questionário respondido pelo sujeito, no levantamento das categorias e por meio da análise da transcrição da entrevista. Sendo assim, a partir da análise foram comprovadas características inerentes ao perfil do empreendedor, dentre elas sobressaíram a inovação, a motivação e o planejamento.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Processo Empreendedor. Perfil do Empreendedor.

1 INTRODUÇÃO

Vive-se uma época em que a crença acerca do empreendedorismo vem ganhando destaque em diversos seguimentos da sociedade, especialmente, no cenário econômico. Nesse contexto, sob a perspectiva de Chiavenato (2005); Dolabela (1999, 2002, 2008) Dornellas (2005, 2014) e os demais, entende-se que o

¹ Kênia Alves graduada em Serviço Social – Ulbra. E-mail: leandro.kenia@hotmail.com.

² Severina Francisca graduada em Biologia – Faculdade Anhanguera de Anápolis. E-mail: severinasouza@gmail.com.

³ Talita Costa de Assis Lopes graduada em Letras – UniEvangélica. E-mail: talitaeliel@hotmail.com.

⁴ Elaine Abrahão Amaral Doutora em Educação pela Pontífice Universidade Católica de Goiás – PUC. E-mail. elaine@catolicadeanapolis.edu.br

empreendedorismo assume um papel importante na sociedade moderna, tornando-se um gerador de oportunidades de ganhos individuais e coletivos que contribuem para facilitar o desenvolvimento econômico e social, favorecendo a geração de riquezas acessíveis a todos permitindo a diminuição de diferenças sociais.

Desta forma, compreende-se que o empreendedorismo seria um fato global, estando inserido em assuntos ligados às de políticas econômicas, sociais e públicas, por isso, este tema tem suscitado diversas pesquisas, além de atrair a atenção de organizações e entidades multinacionais. Afinal, a capacidade de transformar uma ideia em ação, torna-se um elemento essencial para quem deseja e busca transformar um sonho em realidade. (DOLABELA, 2002).

Afinal, o mundo tem passado por várias transformações, especialmente no século XX, quando, em parte, devido às oscilações na economia mundial essas mudanças provocaram estímulos às práticas empreendedoras, que por sua vez, são vistas como uma fonte de geração de empregos, riqueza, criação e desenvolvimento de novos negócios.

Nessa perspectiva, o empreendedorismo se apresenta como um fenômeno cíclico que tem seu início a partir de uma ideia que se traduz numa oportunidade de criar um negócio novo ou empreendimento, gerido por um indivíduo, grupos de indivíduos ou de empresas já existentes. Conforme Schumpeter (SCHUMPETER, 1949 apud DOLABELLA, 2008, p. 14), “associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios”.

Do ponto de vista socioeconômico, o sucesso de um empreendimento depende de diversos fatores, entre eles os culturais, os institucionais e os contextuais, os mesmos devem ser associados à atividade econômica e aos recursos técnicos e financeiros. Entretanto, a essência desse sucesso inicia-se a partir de um conjunto de ideias, oportunidade e a presença do empreendedor. (DORNELAS, 2005).

Portanto, para empreender com sucesso, torna-se necessário levar em consideração o perfil do empreendedor, ou seja, a sua capacidade, habilidade e competência de lidar com o mundo dos negócios. Uma vez que o fenômeno

empreendedorismo está associado à existência de oportunidades e ao próprio empreendedor.

Para Chiavenato (2005), o empreendedor, é a pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assume riscos e responsabilidades, está sempre inovando, exerce as funções de um administrador e busca o aperfeiçoamento para alcançar seus objetivos. Acredita-se que algumas características podem ser inatas e trabalhadas e que outras podem ser aprendidas. (CHIAVENATO, 2005).

Face ao exposto e tendo em vista que a decisão de se tornar empreendedor se dá por diversos fatores, sejam eles pessoais, sociais, econômicos, culturais, etc, e ainda, partindo-se do pressuposto de que a atuação do empreendedor dentro de uma organização pode ser um diferencial no processo de expansão do negócio bem como da sua consolidação, este estudo busca responder a seguinte questão problema: como uma pessoa com potencial para empreender se torna um gestor de muito sucesso no mercado?

Para tanto, o presente estudo, por meio da estratégia metodológica do estudo de caso, objetiva descrever o perfil de um empreendedor de sucesso, pois entende-se que nem todo administrador possui características de um empreendedor. Embora, há muita semelhança entre eles, esse perfil constrói em meio a um conjunto de fatores atrelados ao comportamento, atitudes, competências e habilidades das pessoas que se tornam gestores de sucesso.

O presente trabalho está organizado em cinco seções. A partir da segunda seção é delineada uma breve introdução ao tema do estudo em questão, compreende o referencial teórico, na qual é abordado o tema empreendedorismo e o seu mapa conceitual.

As subseções da segunda seção englobam os seguintes assuntos: a disseminação da cultura empreendedora; entendendo o processo empreendedor e as características do empreendedor de sucesso.

Na terceira parte são apresentados os procedimentos metodológicos empregados neste estudo, engloba o tipo de pesquisa aplicada; os procedimentos para a coleta e tratamento de dados.

A quarta é dedicada à apresentação e análise dos resultados obtidos através da aplicação do questionário e entrevista com o sujeito concedente da pesquisa.

Por fim, quinta parte, apresenta as considerações finais, onde retoma-se a ideia pela qual optou-se escrever este artigo com essa temática, isto é, tentar colocar em destaque as características de um empreendedor de sucesso.

2 EMPREENDEDORISMO E SEU MAPA CONCEITUAL

Considerando a evolução histórica do empreendedorismo, Dornelas (2014) indica que esse fenômeno já existe existia na antiguidade e que ao longo do tempo, foi definido de inúmeras formas. Afinal, de acordo com Salim (SALIM; SILVA, apud SOUZA, 2015, p. 26). “O empreendedorismo é uma forma de realização humana, em que os sonhos de cada pessoa podem ser transformados em realidade”.

No entanto, Boava (2011) assevera que a etimologia complexa do termo empreendedorismo, acarreta diversas dificuldades para investigações científicas, mas por outro lado, atualmente, o empreendedorismo pode ser considerado um fenômeno global, na qual as instituições públicas e privadas têm investido em pesquisas e incentivos, reinvestidos em novos empreendimentos e nas próprias comunidades através a melhoria da qualidade de vida da população. Afinal, sua essência se resume em fazer diferente, empregar os recursos disponíveis de forma criativa, assumir riscos calculados, buscar oportunidades e inovar. (DORNELAS, 2005).

Drucker (1987) complementa essa noção assim:

Se falarmos em empreendedorismo, temos que mencionar o termo inovação, que é um instrumento específico do espírito empreendedor e tem a capacidade de criar novos recursos. [...] A inovação sistemática, portanto, consiste na busca deliberada e organizada de mudanças, e na análise sistemática de oportunidades que tais mudanças podem oferecer para a inovação econômica ou social. (DRUCKER, 1987, p.39 - 45).

Na perspectiva de Drucker (1987), esse tema revela sua importância na preparação dos empreendedores, possibilitando a formação e capacitação para

melhor gerir seus negócios. No contexto atual, diante das ameaças e oportunidades resultantes do estado de desequilíbrio socioeconômico de diversos setores da sociedade, aumenta o número de pessoas que buscam de respostas inovadoras aos problemas crônicos de proporções globais. (DORNELAS, 2014).

Este e outros fatores motivaram um grupo de pesquisadores a organizar o projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que mede o nível de atividade empreendedora no mundo desde 1999, tem como objetivo compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico dos países. No primeiro ano, participaram 10 países, hoje, são quase 100 países envolvidos nesse projeto.

No Brasil, a pesquisa acontece desde 2000. Pesquisas anteriores já apontavam os brasileiros como um dos povos mais empreendedores do mundo. De acordo com *GEM*, a taxa total de empreendedorismo (TTE) para o Brasil foi de 39,3%⁵.

Embora, os números não sejam satisfatórios, se faz necessário um estudo mais aprofundado a respeito do conceito de empreendedorismo, uma vez que muitos negócios criados no país não possuem planejamento e gestão, o que aumenta o índice de mortalidade das empresas. Dornelas (2005, p. 07), revela que “o empreendedorismo tem-se mostrado um grande aliado do desenvolvimento econômico, pois tem dado suporte à maioria das inovações promotoras deste desenvolvimento”.

Compreende-se que o empreendedorismo pauta-se na busca de oportunidades de negócios, onde existe um desejo incessante por inovações, enfrentar os desafios e riscos como uma forma de obter rendimentos, reconhecimento e crescimento no mercado. De acordo com Dornelas (2005), empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor.

Portanto, o sucesso de um empreendedor pode estar relacionado às suas práticas no momento de empreendedor, ou seja, envolve um conjunto de comportamentos e habilidades que o empreendedor deve adotar a fim de garantir

⁵ Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil 2015: relatório Executivo. GEM, 2015.

um melhor desempenho do negócio, não apenas no aspecto econômico. Saber realizar, fazer, executar e combinar conhecimento seria formas de se garantir e manter por um longo período o sucesso das atividades empreendedoras, não só para sobreviver, mas para que o empreendimento consiga crescer, desenvolver e conquistar o mercado.

Diante do fenômeno empreendedorismo, a figura do empreendedor passa a ter uma dimensão ainda maior, pois neste contexto, ele se torna o elemento central da transformação, o agente das mudanças, ou seja, ele se coloca no ponto central que poderá determinar ou não o sucesso do empreendimento.

2.1 DISSEMINAR A CULTURA EMPREENDEDORA

Embora seja um tema recente na literatura, a cultura empreendedora tem sido muito utilizada como uma ferramenta alternativa para o ensino do comportamento empresarial diante de uma economia cada vez mais competitiva. A cultura baseia-se na concentração de várias formas de empreendedorismo, é a sua essência, visto que concentra elementos relevantes como: o perfil empreendedor; gestão empreendedora; empreendedorismo coletivo. Além de enfatizar o surgimento de novas oportunidades, os meios de capitalizá-las e a criação de estrutura adequada para aproveitá-las. (DREHER, 2004).

A cultura empreendedora motiva e encoraja os indivíduos a divulgar suas ideias dentro da organização, dito de outra forma, os colaboradores se sentem motivados a desenvolverem atividades inovadoras e gera padrões que diretamente incentivam os participantes comportarem-se como empreendedores. (JASSAWALLA e SASHITTAL, 2002 apud MEDEIROS et al, 2009).

Na concepção de Dornelas (2014), a cultura empreendedora apresenta-se como pano de fundo na busca e identificação de oportunidades, no fomento à inovação e ao trabalho criativo e mais integrado. Para que ela ocorra, se faz necessária uma série de ações voltadas aos processos organizacionais, principalmente, àqueles que tenham estrita ligação com o desenvolvimento das pessoas.

Dolabela (1999) pontua algumas razões, interessantes, pelas quais se devem disseminar a cultura empreendedora em diferentes segmentos da sociedade:

- a) Autorrealização: pesquisas apontam que o empreendedorismo oportuniza elevados graus de realização pessoal, aliando trabalho e prazer;
- b) Formação de líderes: é através da liderança, capacidade e perfil que irá se constituirá o processo de desenvolvimento;
- c) Formação de micro e pequenas empresas: com potencial de crescimento e inovações, em detrimento de grandes corporações;
- d) Amplia a base tecnológica: pesquisadores, professores e alunos possuem potencial para criação de empreendimentos baseado no conhecimento criado em sala de aula;
- e) Resposta ao desemprego.

Ao considerar os elementos supracitados, a cultura empreendedora incentiva e encoraja os indivíduos a propagarem suas ideias, a desenvolverem atividades inovadoras e a se comportarem como empreendedores.

De acordo com Zhao (ZHAO, 2005 apud BALBI et al, 2009), a cultura empreendedora possui uma influência profunda no nível de empreendedorismo das organizações, é um fator determinante de empreendedorismo e inovação. Desta forma, a organização que possui uma cultura empreendedora consegue superar as incertezas do mundo dos negócios.

Assim, cada vez mais as organizações e sociedade em geral, estão percebendo a importância e a necessidade do comportamento empreendedor e da cultura empreendedora, pois ambos os elementos são essenciais para a sobrevivência e o sucesso das organizações num mercado com tanta competição, com mudanças tão rápidas e constantes.

2.2 ENTENDO O PROCESSO EMPREENDEDOR

Para vencer as vicissitudes e os desafios do processo empreendedor, cada vez mais, empreendedores estão quebrando paradigmas, superando barreiras sociais e culturais, renovando conceitos econômicos, criando oportunidades e gerando riquezas para uma sociedade cada dia mais exigente⁶.

⁶ Euclides Colombo é Coach, Educador Corporativo, Palestrante, com Graduação em Pedagogia, Especialização em Psicologia Organizacional e do Trabalho, MBA Gestão de Negócios Financeiros

O processo empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação e muito trabalho de pessoas que fazem acontecer. Ou seja, depende do talento e habilidade do empreendedor que faz das oportunidades o instrumento para crescer, diversificar e desenvolver novos negócios. (DORNELAS, 2005).

Existe uma lenda segundo a qual a oportunidade é como um velho sábio barbudo, baixinho e careca, que passa ao seu lado. Normalmente você não o nota [...]. Quando percebe que ele pode ajudar você, tenta desesperadamente correr atrás do velho e, com as mãos, tenta tocá-lo na cabeça para abordá-lo. Mas quando finalmente você toca na cabeça do velho, ela está toda cheia de óleo e seus dedos escorregam, sem conseguir segurar o velho, que vai embora [...]. (DORNELAS, 2005, p. 27).

Sob a visão de Dornelas (2005), as oportunidades são consideradas as sementes que podem dar vida a um negócio. Por isso, o empreendedor de oportunidades, não é apenas um aventureiro na carreira empresarial, ele sabe direcionar seus objetivos a fim de garantir geração de riquezas de sua empresa.

Segundo Dornelas (2005), o processo empreendedor inicia-se a partir de oportunidades, quando um evento gerador de fatores externos, ambientais e sociais, de aptidões pessoais ou um somatório desses fatores possibilita o início de um novo negócio. Conforme Dornelas enuncia:

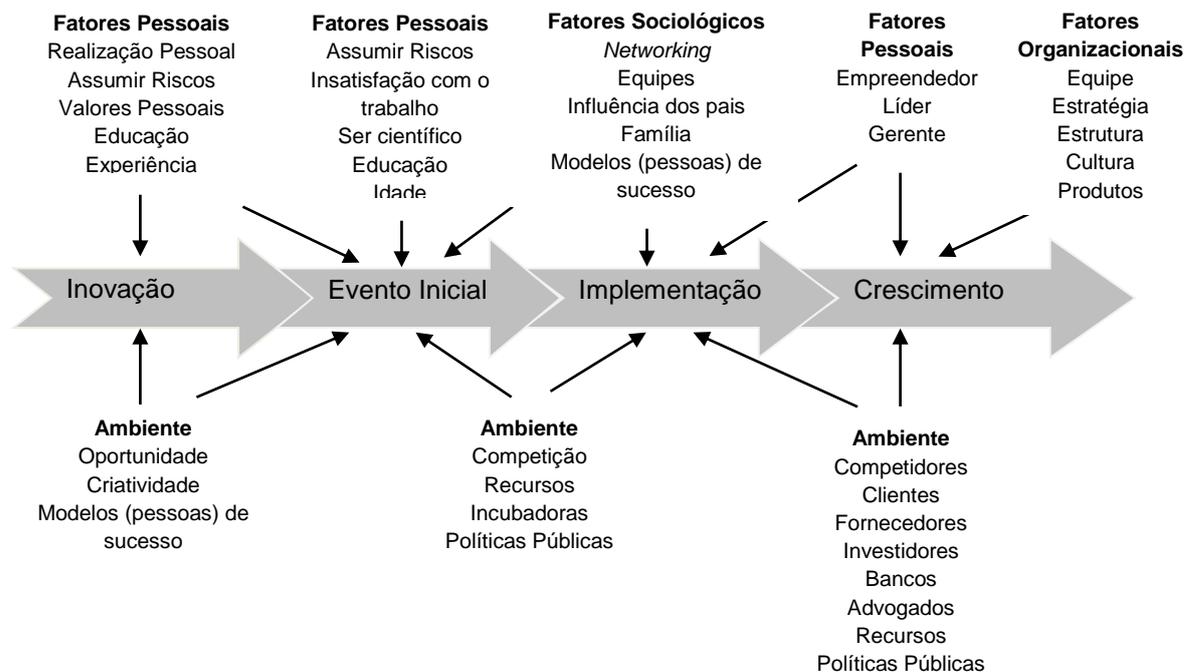
Acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e do como ele administra as atividades que encontra dia-a-dia de seu empreendimento. (DORNELAS, 2005, p. 40).

Consiste em organizar todas as etapas da criação e desenvolvimento de um negócio antes de colocá-lo efetivamente em prática. Diante disso, o futuro empresário deve ter em mente tudo que para abrir uma empresa, isto é, precisa saber quais são os fatores que podem influenciar de forma assertiva no empreendimento pretendido.

Tais fatores são considerados elementos para o surgimento e crescimento de uma nova empresa. Portanto, o processo empreendedor envolve

um conjunto de fatores que possibilita a criação de um novo negócio, conforme demonstrado na Figura 1.

Figura 1. Fatores que influenciam no processo empreendedor
(adaptado de MOORE, 1986, *apud* DORNELAS, 2005)



Além desses fatores, existem quatro fases para a efetivação do processo empreendedor, a saber⁷:

- Saber identificar as oportunidades: essa fase é altamente relevante para o processo empreendedor, pois um empreendimento alimenta-se de oportunidades, contudo, é relevante não confundir uma ideia com oportunidade, segundo Dolabela (1999, p. 4), “[...] boas ideias não são necessariamente oportunidades e não saber distinguir umas das outras é uma das grandes causas de insucesso”.
- Desenvolver o plano de negócios: O plano de negócios é uma parte importante do processo empreendedor. Conforme Dornelas (DORNELAS,

⁷ SILVA, Patrícia. Manual do Empreendedor. Instituto Politécnico de Leiria. Portugal, 2007.

2005, apud SOUZA, 2015, p. 189) “Um plano de negócios é uma ferramenta utilizada para gerir o processo de planejamento e desenvolvimento de uma nova empresa”.

- Determinar e captar os recursos necessários: O empreendedor deve utilizar a sua capacidade de planejamento e habilidade de negociação e desenvolver um bom relacionamento de mercado, a fim de atrair financiamento e recursos para seu negócio.
- Gerir a empresa criada: Gerir a empresa pode parecer à parte mais fácil do processo empreendedor, pois já foi identificada a oportunidade, desenvolvido o plano de negócios e relacionada à fonte de financiamento.

De acordo com Dornelas (2005, p. 33) “embora as fases apresentem-se de forma sequencial, porém, nenhuma delas precisa ser completamente concluída para que se inicie a seguinte”. O referido autor destaca que o processo empreendedor é determinado ou influenciado pelo ambiente onde as oportunidades são percebidas. Além destes elementos os fatores pessoais também influenciam na medida em que as habilidades empreendedoras viabilizam a inovação.

2.3 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR DE SUCESSO

Segundo Dolabela (1999), o empreendedor “é a pessoa que tem como características a iniciativa, autonomia, autoconfiança, necessidade de realização, perseverança, capacidade de superar os obstáculos, dedicação ao trabalho, comprometimento, o esforço, além de acreditar no faz”.

Nessa perspectiva, entende-se que qualquer pessoa pode ser empreendedora, não apenas para o mundo dos negócios, pois de acordo com Dolabela (2008, p. 25), “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

Completando o pensamento de Donabela, Dornelas (2014) afirma que uma pessoa empreendedora é capaz de identificar negócios e, principalmente, as oportunidades. Tem capacidade e visão do ambiente de mercado, sendo altamente persuasivo com as pessoas, colocando suas ideias e propondo o crescimento

financeiro de seu produto. É um profissional que faz dos erros, acertos futuros. Contribuindo para a afirmação de Dornelas, Seiffert (2005, p.17) “vê o empreendedor como responsável pela destruição criativa através da constante inovação”. Chiavenato compartilha do mesmo pensamento:

O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado. [...] O empreendedor é a essência da inovação no mundo, tornando obsoletas as antigas maneiras de fazer negócio (CHIAVENATO, 2005, p. 05).

Portanto, em termos práticos, compreende-se que as habilidades e competências que um empreendedor pode reunir seriam de natureza muito específica e objetiva, ou seja, saber inovar suas ideias, planejar, tomar decisões, ser otimista, determinado, dinâmico, dedicado, assumir riscos, entre outros, pois só assim conseguirá fazer a diferença e conseguirá manter-se no mercado. (DORNELAS, 2005, apud SOUZA, 2015).

Segundo Schumpeter (1949, apud DORNELAS, 2014, p.37) o 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 materiais”.

Filion (1991) define de maneira simples um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. Para o autor os empreendedores podem ser voluntários, ou seja, que possuem motivação para empreender, ou involuntários, que são os forçados a empreender.

Assim, o empreendedor muitas vezes exerce, simultaneamente, o papel de dono da ideia e o de gerente das ações que serão colocadas em prática. Por essa razão, o empreendedor deve procurar sempre desenvolver as virtudes e as qualidades necessárias para obter sucesso no seu empreendimento. Sobre essa abordagem, Dornelas (2014, p. 23 - 24) aponta, sucintamente, as características dos empreendedores de sucesso são:

- São visionários;
- Sabem tomar decisões;
- São indivíduos que fazem a diferença;
- 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;
- São líderes formadores de equipe;
- São bem relacionados;
- São organizados;
- Possuem conhecimento;
- Assumem riscos calculados;
- Criam valor para a sociedade;
- Planejam e sabem gerar riquezas.

Conforme as características elencadas, o empreendedor pode ser considerado um administrador, porém, com diferenças consideráveis em relação ao perfil dos gerentes ou executivos de organizações tradicionais, pois os empreendedores são mais visionários, dinâmicos, possui a capacidade de mobilidade em todos os setores da empresa, por isso, são desprendidos de qualquer conceito fechado em si. Por isso, têm dificuldades de tomar decisões do cotidiano dos negócios. Diante disso, preocupam-se mais com aspectos estratégicos, com os quais se sentem mais à vontade, conseqüentemente, a organização cresce. (SILVA, 2007).

Desta forma, percebe-se que o empreendedor necessita de um conjunto de habilidades diferenciadas para se destacar e, nesse sentido, Schumpeter (1997) subdivide estas habilidades em três áreas, a saber:

- Técnicas: saber ouvir, saber captar informações, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe;
- Gerenciais: criação e gerenciamento da empresa (marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, planejamento e controle);
- Pessoais: ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ter ousadia, persistente, visionário, ter iniciativa, coragem, humildade e, principalmente, ter paixão pelo que faz.

Cabe ressaltar, que o empreendedor não pode ser caracterizado como um tipo único, por isso, não é possível rotulá-lo como um modelo ideal. Assim sendo, entende-se que qualquer pessoa pode ser empreendedora e, pode-se inferir

que, as pessoas que possuem essas habilidades aproximam-se do que seria o perfil do empreendedor nato.

Porém, Dornelas (2005) ressalta que há dois tipos de empreendedor, isto é, empreendedor por oportunidade é o sujeito visionário, sabe aonde quer chegar, planeja crescimento da empresa e visa à geração de lucros, empregos e riqueza. É aquele que deseja ter um negócio, pretende criar ou inovar um produto ou serviço, busca independência, sabe identificar uma oportunidade, avalia se é viável investir em um determinado negócio e planeja suas ações para diminuir os riscos que possam ameaçar seu sucesso.

Por outro lado, o empreendedor por necessidade é o indivíduo que se aventura na carreira empreendedora por falta de escolha. Ele é impulsionado pela dificuldade de estar inserido no mercado de trabalho, manter o seu sustento e ter o seu próprio negócio para seu sustento, geralmente, o faz na informalidade.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Esta pesquisa consiste em um estudo realizado na área empresarial, e recorre-se a um arcabouço teórico de determinadas áreas que interagem no âmbito do tema abordado, especialmente, o Empreendedorismo. O objeto da pesquisa envolve as concepções de um empresário de sucesso. Vergara (2006, p.46) assevera que, “há diversas taxionomias de tipos de pesquisas, conforme os critérios utilizados pelos autores. Aqui proponho dois critérios básicos: a) quanto aos fins, b) quanto aos meios”.

Portanto, quanto aos fins a pesquisa foi descritiva, pois de acordo com o critério de Vergara (2006, p. 47) “a pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno”. E quanto aos meios de investigação; a pesquisa classifica-se como estudo de caso conforme explicita Vergara (2006, p. 49) “o estudo de caso é circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou mesmo país”.

3.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA E TRATAMENTO DE DADOS

A etapa de coleta de dados foi realizada no mês de setembro de dois mil e dezesseis, em horário comercial, em meio a um conjunto de conversas informais e com o auxílio de um questionário estruturado contendo quinze questões abertas e que foi aplicado por meio de entrevista gravada com a permissão do sujeito.

Os dados foram tratados qualitativamente por meio de análise de conteúdo das transcrições da entrevista.

3.2.1 Breve histórico da Empresa

Situada na cidade de Abadiânia – Goiás, a Ferragista iniciou a sua história em 2013. Ao longo dos três anos de trajetória, a empresa vem se consolidando no mercado de ferragens em geral. Através do trabalho sério e dedicação, o bom relacionamento de seus colaboradores com toda a sociedade abadiense e região, essa tem sido à base de sustentação desta atividade comercial.

Hoje, as mercadorias são comercializadas no varejo e atacado, a fim de atender pequenos e grandes consumidores. Essa forma de comercializar os produtos foi a grande sacada do jovem empresário para conquistar fatias importantes do mercado consumidor.

3.2.2 Missão da Empresa

O proprietário acredita que manter uma relação direta e de confiança com os clientes e fornecedores, é uma forma de consolidar seu empreendimento. Além de oferecer produtos de boa qualidade, preço diferenciado, entrega dentro do prazo e atendimento exemplar. Valorizar seus funcionários, oferecendo-lhes treinamento e oportunidade para crescer e desenvolver na carreira ou em outras. Manter o foco, ou seja, focar naquilo que a loja irá oferecer e assim poder trabalhar de forma mais eficiente e nunca desistir.

3.2.3 Visão da Empresa

Ampliar os negócios, principalmente, a estrutura física da loja, torná-la mais confortável e ampla. Implantar um sistema de informatização que ofereça mais agilidade no atendimento aos consumidores.

Desenvolver um *site* que possa conter informações referentes às mercadorias disponibilizadas na loja, compras *on-line*, entre outros. Efetivar no ramo do agronegócio, investir em maquinários de uma última geração, bem como, produtos dessa área, a fim de atender o setor de fazendas e chácaras próximas da cidade.

4 ANÁLISE DISCUSSÃO DOS DADOS

As análises dos resultados foram obtidas com base no questionário respondido pelo o jovem empresário, no levantamento das categorias e por meio da análise da transcrição da entrevista com o fito de elucidar suas concepções acerca da temática em questão e relacionar teoria e prática com o mundo dos negócios.

Para elencar as categorias de análises utilizou-se dos critérios da relevância e da repetição das palavras-chave ou de frases relevantes extraídas das falas do sujeito e assim foram elencadas as seguintes categorias:

- Inovação
- Motivação
- Planejamento

4.1 ANÁLISE DAS CATEGORIAS

Nesta seção apresenta-se a transcrição dos resultados obtidos por meio da entrevista realizada com o proprietário da Ferragista. A seguir transcrevem-se as perguntas e respostas considerando as categorias em destaque:

4.1.1 Categoria – Motivação

Pergunta – Como surgiu a ideia de ser empreendedor?

Como eu disse, sempre quis ter o meu próprio negócio. A ideia de trabalhar para outras pessoas não me deixava feliz, tentei algumas atividades comerciais, mas não deu certo. Motivação, ideias, desejo, imaginação, sonhos eu tinha de sobra então resolvi buscar ajuda nos estudos, fiz cursos, participei de simpósios, palestras e por vai.

Pergunta – Como lida com o fracasso?

Essa palavra é o terror, mas fazer parte de qualquer área, pode ser nos negócios ou vida pessoal. Fracassar não indica que tudo está perdido, só é preciso retomar de onde caiu, e seguir em frente. Fazer dos erros uma forma de melhorar, é para poucos.

Pergunta – O que lhe dá mais prazer no processo de empreender?

Saber que você pode realizar um sonho, realização profissional e pessoal.

Pode-se inferir que, no geral, o respondente possui motivações interiores relativas à autorrealização e à vontade de colocar em prática seus conhecimentos. Além disso, na visão do entrevistado, saber quando, como e onde aproveitar as oportunidades, pode ser o grande diferencial dos negócios. Outros elementos emergem da fala do sujeito dando indicações de que antes de abrir seu primeiro empreendimento, o sujeito planejou, se qualificou para conseguir, acompanhar as transformações e tendências de mercado.

4.1.2 Categoria – Inovação

Pergunta – Quais são as características de um empreendedor de sucesso nos dias de hoje?

Diria que ter visão, arriscar e inovar sempre para fazer a diferença.

Pergunta – Como você se vê como pessoa? Quais suas características pessoais mais importantes para sua empresa?

Determinação, diria que é a minha característica que mais se destaca, somente os desejos e sonhos não é suficiente. Ser educado e respeitar seus funcionários e clientes, saber fazer uso de boa comunicação ajuda na convivência e garante o sucesso do meu negócio.

Pergunta – Dicas para ser um bom empreendedor. Como você convence uma pessoa a realizar o seu sonho?

Ser determinado. Corra atrás do seu sonho, só você pode fazer a diferença na sua vida, seja humilde, paciente e persistente. Nunca desista.

O cruzamento das perguntas demonstra que o sujeito possui as seguintes habilidades em consonância com as definidas por Schumpeter (1997) quer sejam: a) pessoais: disposição para assumir riscos, inovador, visionário, persistente, humilde, dotado de iniciativa e coragem; b) técnicas: sabe ouvir, sabe liderar e trabalhar em equipe; c) gerenciais: sabe planejar e tomar decisão.

Nessa perspectiva, pode-se afirmar que, a criação de novos empreendimentos e seu sucesso depende das habilidades e competências que o empreendedor consegue imprimir dentro de seu empreendimento, seu comportamento deve ser dinâmico, além disso, saber planejar seus novos empreendimentos, obter recursos financeiros e desenvolver uma boa relação com fornecedores e consumidores, utilizar estratégias de baixo custo, essas e outras atitudes, o diferencia dos demais concorrentes e faz com que possuam vantagem competitiva. (BATEMAN; SNELL, 1998).

Sobre o ser empreendedor, Dolabela (1999, p. 44) enuncia:

Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo em si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis.

Sob essa perspectiva, empreender pode ser uma tarefa arriscada, por isso, ousar entrar num mercado que já existe e dominado por empresas que estão no mercado há muito tempo, é para quem tem coragem de arriscar, “um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo” (DOLABELA, 1999, p.44).

4.1.3 Categoria – Planejamento

Pergunta: Como sua empresa começou. Qual é o ramo? Você pensou sobre isso por muito tempo antes de realmente começar o negócio? Fez planejamento? Você já havia considerado a possibilidade de abrir um negócio como uma opção de vida?

Após algumas tentativas, surgiu a ideia de abrir um empreendimento no ramo de ferragens, pois o meu avô trabalhou em uma loja de ferragens por muitos anos. Tentei abrir uma ferragista em Anápolis, mas não fui bem-sucedido. Certo dia, em uma conversa com um amigo, ele disse “por que você não abre sua empresa em Abadiânia? Lá, com certeza vai dar certo”? Resolvi tentar, mas primeiramente, fiz uma pesquisa de campo, fui até a cidade para ver se lá não existia um empreendimento dessa natureza. Após dias de investigação e planejamento, resolvi mudar para Abadiânia, abri a minha loja, estou nesse ramo há um ano e meio, além de trabalhar com ferragens em geral, também estou investindo no ramo do agronegócio, pois o entorno da cidade é formado por muitas fazendas de grande porte, chácaras e outros.

Pergunta – Quais são os elementos básicos que um empreendedor deve se atentar antes de abrir uma empresa?

Planejar é essencial, saber aplicar o capital e recursos, buscar capacitação no ramo que você pretende atuar.

Pergunta – Qual é a principal razão de uma empresa, como saber definir seus objetivos?

As oportunidades, seus clientes e fornecedores, sem esses três elementos, no meu ponto de vista, não tem como alcançar bons resultados. Quando você entra em um negócio, é preciso determinar metas a médio e longo prazo, definir qual atividade que se quer investir, quanto investir, onde e como abrir um negócio, penso que esses objetivos são importantes para quem abrir empreendimento.

Pergunta – Quais são as principais potencialidades e fraquezas de sua empresa?

Falar do seu próprio negócio é complicado, você tem que falar coisas boas para atrair coisas boas. Além dos produtos que comercializo que são de ótima qualidade, sempre no início dos meses pares, realizamos promoções e forma de pagamento facilitado, o atendimento é de primeira, disponibilizamos para nossos clientes um lanche, café e quitandas em geral.

Pergunta – Você tem visão de futuro?

O melhor para mim, minha família, para os meus funcionários e clientes.

Na visão do entrevistado saber quando, como e onde aproveitar as oportunidades, pode ser o grande diferencial dos negócios. Percebe-se que antes de abrir seu primeiro empreendimento, o empreendedor planeja, estuda o ambiente, o ramo que pode atuar, acompanha as transformações e tendências de mercado, verifica se há acessibilidade e recursos tecnológicos, entre outros. (DOLABELA, 1999).

Portanto, o sucesso de um empreendimento seria extremamente dependente do planejamento sistemático, independentemente se é ou não um novo negócio. A falta de um planejamento acarreta o fracasso da empresa e, conseqüentemente, sua “morte”. Diante disso, toda empresa precisa de um planejamento a fim de gerenciar o negócio, apresentar novas ideias. (PINSON; JINNETT, 1996).

Planejar envolve elementos que antecedem a primeira etapa de um novo empreendimento, como a pesquisa de mercado, estudar o público-alvo, montar uma infraestrutura compatível com o negócio pretendido, escolher a localização adequada. Enfim, um bom planejamento deve ser usado por todo empreendedor que deseja transformar seu sonho em realidade, duradouro e consistente,

4.2 O SUJEITO CONCEDENTE DA PESQUISA

Pergunta – Fale um pouco sobre as suas origens. Qual é a sua formação?

Minha família é de origem simples, minha mãe sempre trabalhou como doméstica o meu pai trabalhou em um banco, como os ganhos não eram suficientes, meu pai resolveu ir trabalhar nos Estados

Unidos, lá juntou uma quantia em dinheiro, e dividiu entre os três filhos. Hoje, o meu pai mora em chácara em Abadiânia e minha mãe em Anápolis. O meu primeiro trabalho foi como office-boy aos dezesseis anos. Sou formado em Recursos Humanos. Apesar das dificuldades, sempre me dediquei aos estudos, pois o desejo de ter o meu próprio negócio foi o que mais me motivou.

4.3 DESCRIÇÃO DO PERFIL DO SUJEITO

O sujeito, objeto de estudo desta pesquisa é um jovem empresário, de trinta e cinco anos, que iniciou sua vida no trabalho aos dezesseis anos, como office-boy. Graduado em Recursos Humanos, atua como empresário no ramo comercial, como proprietário de uma loja de ferragens e agronegócio situada na cidade de Abadiânia/GO.

Foi possível inferir que possui motivações interiores relativas à autorrealização e à vontade de colocar em prática seus conhecimentos. Além disso, antes de abrir seu primeiro empreendimento planejou, se qualificou para conseguir, acompanhou as transformações e tendências de mercado.

Face à pesquisa realizada foram identificadas, no sujeito, as seguintes habilidades em consonância com os estudos de Schumpeter (1997): a) pessoais: disposição para assumir riscos, inovador, visionário, perseverante, humilde, ser dotado de iniciativa e coragem, principalmente, ter gosto pelo que faz; b) técnicas: sabe ouvir, sabe captar informações, sabe liderar e trabalhar em equipe; c) gerenciais: envolve as áreas de criação e gerenciamento da empresa, como da sabe planejar e tomar decisão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo e o espírito empreendedor deixaram de ser apenas características do setor empresarial. Ser empreendedor, hoje, é sair do estado e condição de passividade diante dos fatos e acontecimentos, é participar da sua concretização e apresentar sugestões para tornar o ambiente de trabalho cada vez melhor.

Diante desse contexto, a estratégia metodológica do estudo de caso permitiu inferir e descrever o perfil de um gestor de sucesso em meio a um conjunto

de fatores atrelados ao comportamento, atitudes, competências e habilidades presentes nos estudos de Schumpeter.(1997) afinal, por meio da revisão bibliográfica, foi possível concluir que, existe um consenso nas obras dos autores pesquisados de que um empreendimento bem sucedido depende de um conjunto de atitudes que estão presentes no sujeito empreendedor, tais como: assumir riscos, identificar oportunidades, conhecimento, organização, tomar decisões, liderança, dinamismo, independência, otimismo e tino empresarial. (SALIM, 2005).

Assim, pode-se dizer que diversos autores definem o empreendedor como alguém com capacidade de liderança; exerce influência positiva sobre os demais membros do seu grupo; saber articular suas ideias aliadas às oportunidades; procurar sempre desenvolver as virtudes e as qualidades necessárias para obter sucesso no seu empreendimento.

Sendo assim, considera-se que esta pesquisa conseguiu responder sua questão problema bem como, atingiu os objetivos propostos de delinear o perfil ideal de um empreendedor de sucesso. A partir da análise foram comprovadas características inerentes ao perfil do empreendedor, dentre elas sobressaíram a inovação, a motivação e o planejamento. Pois, ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática ideias próprias, características de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de encontrar. (DENGEN, 1989.)

No entanto, convém ressaltar que esta pesquisa não teve a pretensão de dar explicações ao fenômeno estudado, mas, descrevê-lo, e por isso não se pôde chegar a uma conclusão fechada espera-se, no entanto que a partir dos resultados alcançados a pesquisa possa contribuir para uma reflexão sobre a temática estudada.

Por fim, entende-se que o empreendedorismo evolui de acordo com as necessidades econômicas de cada época, sua finalidade visa suprir a carência do mercado globalizado. Desta forma, o empreendedor assume um papel relevante nesse contexto, pois o empreendedor é uma espécie de revolucionário, aquele que é marcado pelo espírito de inovação. (ARAUJO, 2004).Ademais, para ser um empreendedor bem-sucedido nos dias atuais, não basta ter conhecimentos

científicos, é preciso transformação de ideias em oportunidades, essa combinação pode levar à criação de negócios de sucesso.

ENTREPRENEURSHIP: A CASE STUDY ON THE CHARACTERISTICS OF THE ENTREPRENEUR AND ITS CONTRIBUTION IN BUSINESS MANAGEMENT

ABSTRACT: This article was prepared based on the following question problem: as a person with potential to undertake becomes a manager very successful in the market? Therefore, this study, through the methodological strategy of case study aimed to describe the profile of a successful manager assuming that this profile, is built in the middle of a set of factors linked to behavior, attitudes, skills and skills of people who become successful managers. The Theoretical framework of this study is based on studies of the following authors: Chiavenato (2005); Dolabella (1999, 2002, 2008) Dornellas (2005, 2014). The analyzes of the results were obtained based on the questionnaire answered by the subject, the survey of the categories and through the transcript of the interview analysis. Thus, from the analysis, characteristics inherent to the entrepreneur profile were proven, among them innovation, motivation and planning.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneur. Entrepreneurial Process.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Luis César G. **Teoria geral da administração:** aplicação e resultados nas empresas brasileiras. São Paulo: Atlas, 2004.

BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A. **Administração:** construindo vantagem competitiva. São Paulo: Atlas, 1998. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/relevancia-do-planejamento-estrategico/53104/>>. Acesso em: 24 set. 2016.

BOAVA, Diego Luiz Teixeira. **Estudo sobre a dimensão ontológica do empreendedorismo.** UEL, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo. Saraiva, 2005.

DENGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo. McGraw-hill, 1989.

DREHER, Marialva Tomio. **Empreendedorismo e responsabilidade ambiental**: uma abordagem de empreendimentos turísticos. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em: <<http://www.regeusp.com.br/arquivos/500.pdf>>. Acesso em 18 ago. de 2016.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo. Picture. 1999.

_____. **Pedagogia empreendedora**: O ensino de empreendedorismo na educação básica, voltado para o desenvolvimento sustentável. São Paulo. Cultura, 2002.

_____. **Oficina do Empreendedor**: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro. Sextante. 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Corporativo**: Como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro. Elsevier, 2005.

_____. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro. Empreende/LTC, 2014.

DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. Pioneira, 1987.

_____. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: 2002.

FILION, Louis Jacques. **O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial**: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. Revista de Administração de Empresas. São Paulo. FGV, 1991. <Disponível em: <http://rae.fgv.br/rae>>. Acesso 12 out. 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil 2015**: relatório Executivo. GEM, 2015.

MEDEIROS, Cíntia Rodrigues de Oliveira; MIRANDA, Rodrigo; NOGUEIRA JÚNIOR, Alirio Severo. **Corporate Entrepreneurship**: a presença das dimensões da cultura nacional na cultura comercial do Grupo Algar. Revista de Ciências da Administração, v. 11, n. 24, p. 169-194, maio/ago 2009. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br>>. Acesso em 29 set.

PINSON, L.; JINNETT, J. **Anatomia do Plano de Negócios**. Upstart Publishing. Company, Chicago. 1996. <Disponível em: www.sebrae.com.br>. Acesso em 30 set. 2016.

SALIM, César Simões. **Administração Empreendedora**: Teoria e prática usando estudos de casos. Rio de Janeiro. Campus. 2004.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **The Theory of Economic Development**. Cambridge, Mass. Harvard University Press, 1949.

_____. **Ensaio**: Empresários, inovação, ciclos de negócio e evolução do capitalismo. São Paulo. Celta, 1997.

SEIFFERT. Peter Q. **Empreendendo novos negócios em corporações**. São Paulo. Atlas, 2005.

SILVA, Patrícia. **Manual do Empreendedor**. Instituto Politécnico de Leiria. Portugal, 2007.

SOUZA, Helcimara. **Cultura Empreendedora**. Rio de Janeiro. SESES, 2015.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo. Atlas, 2006.

XXXIII Encontro da ANPAD/EnANPAD. BALBI, Renato Vieira, et al. **Cultura Empreendedora**: o que está sendo produzido na Administração? São Paulo. ANPAD, 2009. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EPQ1539.pdf>>. Acesso em 10 set 2016.

APÊNDICE A – O instrumento e coleta de dados: O Questionário

01. Fale um pouco sobre as suas origens.
02. Qual é a sua formação?
03. Como sua empresa começou. Qual é o ramo? Você pensou sobre isso por muito tempo antes de realmente começar o negócio? Fez planejamento? Você já havia considerado a possibilidade de abrir um negócio como uma opção de vida?
04. Como surgiu a ideia de ser empreendedor?
05. Quais são os elementos básicos que um empreendedor deve se atentar antes de abrir uma empresa?
06. Quais são as características de um empreendedor de sucesso nos dias de hoje?
07. Como você se vê como pessoa? Quais suas características pessoais mais importantes para sua empresa?
08. Como você identifica oportunidade?
09. Como lida com o fracasso?
10. Qual é a principal razão de uma empresa, como saber definir seus objetivos?
11. O que lhe dá mais prazer no processo de empreender?
Saber que você pode realizar um sonho, realização profissional e pessoal.
12. Quais são as principais potencialidades e fraquezas de sua empresa?
13. Dicas para ser um bom empreendedor. Como você convence uma pessoa a realizar o seu sonho?
14. Você tem visão de futuro?
15. Você se acha uma pessoa empreendedora de sucesso?