

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DE EMPRESARIOS VAREJISTAS DA REGIÃO FRONTEIRA NOROESTE DO RIO GRANDE DO SUL¹

Letícia Luísa Ullerich², Duane Alessandra Dos Santos³, Leidi Lacieli Da Luz⁴, Luciano Zamberlan⁵.

¹ Pesquisa realizada na disciplina de Administração Empreendedora do curso de Administração da Unijui

² Acadêmica do curso de Administração da Unijui

³ Acadêmica do curso de Administração da Unijui

⁴ Acadêmica do curso de Administração da Unijui

⁵ Professor do curso de Administração da Unijui, orientador da pesquisa.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo pode ser conceituado como um processo pelo qual indivíduos perseguem oportunidades, satisfazendo necessidades e desejos por meio de inovação, sem consideração pelos recursos que controlam atualmente. Em 1800, Jean-Baptiste Say apresenta a palavra entrepreneur, que é usada para definir um indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento” (MANÃS; KUAZAKI, 2015).

Portanto, vários são os conceitos, mas o empreendedorismo está voltado para a procura por oportunidades inovadoras e que se caracterizam pela tentativa de alcançar sucesso com inovação e criatividade, sem depender de gênero, escolaridade, religião ou negócio.

O varejo é um segmento econômico com diversas iniciativas empreendedoras. O varejo, segundo Kotler (1999), representa todas as atividades de venda de produtos ou serviços diretamente ao consumidor final. O varejo é o meio através do qual as mercadorias chegam até o consumidor, seja diretamente ou através de intermediários.

Assim, o foco de estudo do trabalho é analisar as características dos empreendedores da região noroeste do Rio Grande do Sul, além disso, podem ser citadas como características empreendedoras: buscar oportunidades, ter iniciativa, exigência na qualidade e eficiência, correr riscos calculados, saber estabelecer metas e pesquisar informações atuais.

Os economistas associam o empreendedorismo à inovação e enxergam os empreendedores como fomentadores do desenvolvimento. Os comportamentalistas (psicólogos e outros pesquisadores do comportamento humano) associam o empreendedorismo à necessidade de realização e atribuem ao empreendedor às características como: criatividade, persistência, liderança, autoconfiança, dentre outras (FILION, 1999).

Bem por isso a análise a seguir foi feita com base nas mais diferentes respostas ao questionário sobre as características empreendedoras dos entrevistados em áreas como, tomada de decisões, disciplina e dedicação aos negócios, clientes, metas, funcionários, iniciativa, auto controle, entre outras.

METODOLOGIA

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

Para a realização dos objetivos propostos na pesquisa utilizou-se um método estruturado em duas etapas, sendo estas uma etapa exploratória e outra descritiva.

Conforme Mattar, (1994) a pesquisa exploratória é apropriada para os primeiros estágios da investigação quando a familiaridade, o conhecimento e a compreensão do fenômeno por parte do pesquisador são, geralmente, insuficientes ou inexistentes. Nesta etapa, procurou-se fazer um levantamento de informações a respeito do tema do estudo, através de pesquisa bibliográfica e entrevistas em profundidade com empresários do setor varejista. Os subsídios coletados contribuíram para a elaboração do instrumento de coleta de dados.

A etapa descritiva procurou identificar as características do empreendedor (DORNELAS, 2011), a partir das dimensões (1) Comprometimento e Determinação, (2) Obsessão pelas Oportunidades, (3) Tolerância ao Risco, Ambiguidade e Incertezas, (4) Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação, (5) Motivação e Superação e (6) Liderança. Esta pesquisa é classificada como sendo um estudo transversal único (MALHOTRA, 2001), ou seja, é extraída somente uma amostra de entrevistados da população-alvo e as informações serão obtidas desta amostra somente uma vez. A coleta de dados utilizou-se do método de Survey, sendo que foram entrevistados 172 empresários do setor varejista da Região Fronteira Noroeste do Rio Grande do Sul no mês de maio e junho de 2016. A amostra caracteriza-se como sendo não-probabilística por conveniência (MALHOTRA, 2001)

Para a realização deste estudo foram utilizadas escalas ordinais, que representam números utilizados para hierarquizar itens e intervalar do tipo Likert que é representada por intervalos entre os números que nos dizem a posição e quanto que as pessoas, objetos ou fatos estão distantes entre si em relação a determinadas características.

As análises dos dados obtidos através da pesquisa quantitativa foram realizadas por meio de análise das médias, média ponderada e Teste T com a finalidade de avaliar se homens e mulheres diferem significativamente entre si com base em suas médias. Nesse estudo aceita-se a existência de diferença entre as médias a uma significância de 0,10 ((HAIR et al., 2005).

Para possibilitar a ponderação das características empreendedoras pelo grau de importância relativa solicitou-se que o respondente indicasse, de acordo com sua opinião, as seis atributos mais importantes dentre 30 apresentadas. Utilizou-se, no presente estudo um método de obtenção de pesos das características pesquisadas (CARVALHO, LEITE, 2001). Esse método evita exigir do respondente a ordenação, em termos de importância, das 29 afirmações apresentadas, pois essa quantidade se constitui em um número muito elevado de alternativas.

O método consistiu em solicitar ao respondente que ordenasse as seis características empreendedoras mais importantes dentre os 29 apresentadas no questionário da pesquisa. Para cada uma delas foram então computados os votos obtidos do conjunto dos respondentes em que aquela característica foi considerada como a mais importante, depois como a 2ª mais importante, como a 3ª mais importante, e assim por diante, até chegar à quantidade de votos que obteve como 6ª característica mais importante. A quantidade de votos que a característica obteve, então, como a mais importante foi ponderada com peso 6, o número de votos que obteve como a 2ª mais importante recebeu peso 5, e assim por diante, até ponderar-se com peso 1 o total de votos que a característica recebeu na condição de 6ª mais importante no julgamento dos respondentes. Para cada uma das características chegou-se então ao somatório das quantidades de votos ponderados pelos pesos descritos, o que definiu a ordem de importância de acordo com todos os entrevistados.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

RESULTADOS

Analisando dados coletados referente as características empreendedoras, as quais segundo o SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2014) é a busca por oportunidades e iniciativas, persistência, correr risco calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos, persuasão e rede de contatos e independência e auto confiança.

Observado as características dos empresários do setor varejista situados na região noroeste do Rio Grande do Sul, os quais foram objeto de estudo e diagnóstico de pesquisa foi verificado desta forma o que os mesmos julgam como aspectos mais relevantes ao empreendedorismo. Pode se notar que os empresários classificam como de maior importância, ter disciplina e dedicação, na qual somaram-se com 349 votos entre homens e mulheres, 276 votos foram destinados a procura pelo conhecimento profundo das necessidades dos clientes, dessa forma, atribui-se totalmente como imprescindível, pois os consumidores são o foco de todo o mercado varejista.

Saber construir times e trabalhar em equipe são fundamentais para qualquer gestor, classificando-se assim em terceiro lugar com 230 votos, ter iniciativa com 162 votos e buscar permanecer-se atento ao mercado com 178 votos, essas características fazem o empreendedor investir e acreditar na viabilidade do seu negócio, estando sempre atento a mudanças. A auto confiança ao empreendedor apresentou-se em sexto lugar com 162 votos, na qual segundo Chiavenato (2004 p. 6,7), quem possui autoconfiança sente que pode enfrentar desafios que existem ao seu redor e tem domínio sobre os problemas que enfrenta.

Destinaram-se 140 votos a obstinação por criar valor e satisfazer os clientes, na qual esse fator é o principal para ele se tornar um empresário de sucesso. Além disso, para os empresários, ter habilidade para a solução de problemas deve estar sempre em vigência, sendo direcionado 132 votos. Ter dedicação total nas atividades que desenvolve atribui-se 131 votos e adaptar-se a novas situações com 129 votos, onde aquele que desenvolve de forma extraordinária os seus negócios esta hábil para enfrentar uma situação nova.

Além dos índices comparados anteriormente, foi realizado um levantamento em termos percentuais das características empreendedoras que os mesmos apresentam. Destacando-se que a maioria apresentou ter como a principal característica, com um percentual de 83%, a disciplina e dedicação ao seu negócio, ou seja, dedicam-se totalmente as atividades em seu empreendimento. Em seguida, percebem-se como pessoas bem humoradas e animadas, além destas, também observam-se como indivíduos persistes mediante aos problemas que passam a surgir no cotidiano, sendo assim estão dispostos a se sacrificar para atingirem metas planejadas. Grande parte dos empreendedores notam-se pessoas autoconfiantes na busca de seus ideais.

No entanto, são empreendedores que observam ter baixo índice de iniciativa mediante sua liderança, com porcentagem mínima de 60,3%. Preocupam-se pouco com relação a status e poder, mas acreditam que possuem uma taxa maior em relação a tolerância mediante suas incertezas e falta de estrutura aos riscos que poderão vir a sofrer. Em quarto lugar entre as características que os empresários avaliam ter insuficientemente está a ocorrência de riscos calculados, ou seja, os gestores não analisam tudo antes de agir. Além disso, acreditam receber apenas 68,5% de orientação para atingir metas e resultados.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

Analisando as diferenças entre homens e mulheres por meio do teste T, foram verificados poucos pontos em que eles pensam significativamente de um modo diferente. Em relação à persistência, a paciência, ao senso de humor e a não se preocupar muito com status pode-se dizer que as mulheres se consideram mais fortes nesses pontos que os homens. Segundo Xavier (2015), ao contrário dos homens, as mulheres acreditam que boa parte do sucesso alcançado é resultado das lições aprendidas durante os fracassos. Ao empreender, é natural passar por várias etapas de tentativa e erro. As mulheres aprendem muito com esse processo e o enxergam como fundamental para o sucesso. No entanto, foi visto que homens tentam satisfazer melhor seus clientes e tem mais facilidade em resolver problemas.

De acordo com a soma da pontuação geral, referente as características empreendedoras dos empresários entrevistados (DORNELAS, 2012), observou-se que a maioria dos 172 gestores do setor varejista, 104 firmaram pontuação entre 120 pontos ou mais. Essa pontuação indica que o empresário provavelmente já é empreendedor, possui características comuns aos empreendedores e tem todos os aspectos para se diferenciarem no mundo dos negócios. Como também, 66 dos entrevistados ficaram colocados na pontuação de 90 a 119, a qual evidencia que esse grupo detém de muitas características empreendedoras e às vezes se comporta como um, porém podem melhorar ainda mais, se equilibrarem os pontos ainda fracos com os pontos já fortes.

Inclusive, apenas 02 dos entrevistados pontuaram de 60 a 89, essa avaliação isso significa que os mesmos ainda não possuem muitas características empreendedoras e provavelmente não se comportam de tal forma, na maior parte do tempo, como um administrador e não um “fazedor”. Para se diferenciar e começar a praticar atitudes empreendedoras, devem eles procurar analisar os seus principais pontos fracos e definir estratégias pessoais para eliminá-los.

CONCLUSÃO

A partir do estudo realizado sobre o perfil dos empreendedores do setor varejista localizados na região noroeste do estado sob a análise das suas características, foi possível verificar que possuímos empresários de sucesso na sociedade, isso se deve por possuírem um conjunto de aspectos fundamental para o negócio seguir em frente, na qual integram, o alto índice de disciplina e dedicação, pessoas bem humoradas e divertidas, persistentes, aptas pelo sacrifício em atingir metas e auto confiantes.

Ainda concluindo referente aos resultados de uma forma geral, notamos que a minoria dos empreendedores não formam o conjunto das características, ou seja, não estão aptos a desenvolver o crescimento de uma empresa. Da mesma forma percebe-se que há princípios ainda a serem desenvolvidos para fortalecer o perfil empreendedor desses entrevistados, como por exemplo, o baixo índice de iniciativa mediante seu cargo profissional, falta de estrutura aos riscos que possam surgir, bem como a inexistência da análise das atitudes sobre seus atos.

Segundo Dornelas (2007), pesquisas feitas com empresários de sucesso identificaram qualidades especiais comuns a todos eles e que foram responsáveis por garantir o seu lugar no mercado. Dentre umas destas qualidades, está a importância que os empresários são ao empreendedorismo e a liderança, utilizando não apenas como um empreendimento, mas sim assumindo responsabilidades do negócio e seus desafios.

Ao analisar as diferença de posicionamento entre homens e mulheres em meio ao mercado, conclui-se que ambos possuem a maioria das vezes semelhanças mediante as características que

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

empreendedores devem ter e tomar. Se divergem apenas em aspectos de comprometimento, motivação, superação e liderança, na qual o sexo feminino tende a ter pontos mais críticos. Já o sexo masculino procura focar na satisfação dos clientes e trabalha com a habilidade para a resolução de problemas.

Sendo assim, os objetivos propostos foram alcançados, ao conseguir alcançar as informações importantes para um diagnóstico mais preciso dos traços que marcam os proprietários das empresas de varejo. Contudo, foi encontrado algumas dificuldades durante o processo de pesquisa, onde os resultados poderiam ter sido melhor avaliados caso todos os empreendedores escolhidos para responder a pesquisa tivessem colaborado com a mesma.

PALAVRAS-CHAVE

Empreendedorismo; varejo; características empreendedoras; empresário.

REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos novos tempos. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevir, 2004.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevir, 2012.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo e Liderança. Disponível em <http://empreendedorismoelideranca.blogspot.com.br/>. 2010.
- MANÃS, Antonio Vico, KUAZAKI, Edmir (organizador). Administração empreendedora: Gestão e marketing criativos e inovadores. São Paulo, 2015.
- SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no Empretec. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Sebrae Nacional, 2014.
- KOTLER, Philip. Formatos de varejo e canais de distribuição ao consumidor. Disponível em <http://hermanomota.com.br/2012/06/23/formatos-de-varejo-e-canais-de-distribuicao-ao-consumidor/>. 2012.
- XAVIER, Deb. 4 diferenças entre mulheres e homens ao empreendedor. Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Mulheres-empendedoras/noticia/2015/02/4-diferencas-entre-mulheres-e-homens-ao-empreender.html>>. 2015.