



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Administração

Curso de Graduação em Administração a distância

LOURIVAN NERES DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO: Características empreendedoras  
de empresários portuenses que atuam no comércio  
varejista de confecções.**

Palmas – TO

2011

LOURIVAN NERES DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO: Características empreendedoras  
de empresários portuenses que atuam no comércio  
varejista de confecções.**

Monografia apresentada a Universidade de Brasília (UnB) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Adm. Eraldo Ricardo dos Santos

Palmas - TO

2011

Silva, Lourivan Neres da.

Empreendedorismo: Características empreendedoras dos empresários portuenses que atuam no comércio varejista de confecções / Lourivan Neres da Silva. – Palmas, 2011.

42 f. : il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração - EaD, 2011.

Orientador: Adm. Eraldo Ricardo dos Santos, Departamento de Administração.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedor. 3. Características empreendedoras . I. Título.

LOURIVAN NERES DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO: Características empreendedoras  
de empresários portuenses que atuam no comércio  
varejista de confecções.**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de  
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília da  
aluna

**Lourivan Neres da Silva**

Adm. Eraldo Ricardo dos Santos  
Professor-Orientador

Roberto Tenório  
Professor-Examinador

Palmas, 03 de dezembro de 2011.

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus pela força e por não deixar que o desânimo corrompesse o desejo de concretizar o sonho, aos meus pais, que compartilham em espírito dessa conquista, aos quais serei eternamente grata, pois sempre me incentivaram a buscar o conhecimento, a todos os demais familiares e amigos, em especial, minhas amigas Hilaíne, Leila e Maria pelo apoio e constantes incentivos, ao colega Sérgio, pelo apoio, incentivo e companhia. Agradeço ao Eraldo, meu orientador, pela paciência e compreensão e por ter sido figura fundamental na realização desse trabalho.

“O empreendedorismo é uma revolução silenciosa que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX”. (Timmons, 1990).

## RESUMO

À luz das teorias mais recentes sobre o empreendedorismo, esse estudo tem como objetivo identificar se empresários que atuam no comércio varejista de confecções de Porto Nacional – TO têm aderência às dez características empreendedoras definidas em um estudo do PNUD, podendo ser considerados empreendedores. O universo da pesquisa foi de 53 empresários e os respondentes somaram-se 33, representando 62% do total. Os dados foram coletados junto à realidade, por meio de um questionário semi-estruturado, com vistas a identificar a aderência do grupo pesquisado às dez características empreendedoras, bem como verificar se a cultura empresarial local favorece à prática empreendedora e se há a necessidade de implementar ações empreendedoras visando ao crescimento e sobrevivência das empresas pesquisadas. Os resultados obtidos apontaram que mais de 60% do grupo estudado é aderente às características empreendedoras definidas pelo PNUD, além disso, evidenciaram que o grupo tem outras características e comportamentos empreendedores segundo definições de outros autores revisados no referencial teórico, o que permite dizer que os empresários inclusos nesse percentual podem ser considerados empreendedores, ainda que não possuam todas as características empreendedoras bem desenvolvidas. Verificou-se que uma parcela significativa do grupo respondente, 79% (setenta e nove por cento), não teve apoio do SEBRAE ao iniciar o negócio, além disso, observou-se que o segmento necessita de apoio por parte dessa entidade, no que concerne à formação de parcerias, no sentido de desenvolver ações voltadas para a orientação empresarial, abrangendo aspectos de planejamento e a prática empreendedora, objetivando incluir estratégias e inovações que possibilitem à melhoria da competitividade do segmento analisado. Constatou-se também que a cultura empresarial local é favorável à implementação de novos negócios, no entanto, a prática empreendedora é pouco incentivada. Assim, considerando que o empreendedorismo é um processo que, por meio da figura do empreendedor, transforma ideias e aproveita oportunidades resultando disso a criação de negócios de sucesso, e considerando que o grupo pesquisado, demonstrou ter características empreendedoras, é compreensível que implementem inovações dentro de seus negócios, visando não só ao alcance de seus objetivos e obtenção de lucros, como também ao desenvolvimento de ações de sustentabilidade, como o esforço em melhorar a condição econômica dos seus colaboradores e preocupações de ordem ambiental, por exemplo, de modo a pelo menos trilharem, em seu cotidiano, o caminho de um negócio sustentável.

Palavras-chave: Empreendedorismo e empreendedor. Características empreendedoras. Empresários portuenses.

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CDL – Câmara dos Dirigentes Lojistas

CNAE – Código de Atividade Fiscal

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ONU – Organizações das Nações Unidas

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEFAZ – TO - Secretaria Estadual da Fazenda do Estado de Tocantins

SOFTEX - Sociedade para Exportação de Software



## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	9
1.1	Formulação do problema .....	11
1.2	Objetivo Geral .....	11
1.2	Objetivos Específicos .....	12
1.3	Justificativa .....	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO .....	14
2.1	Comércio varejista .....	14
2.2	Empreendedorismo .....	15
	2.2.1 <i>Empreendedor: Conceito e principais características</i> .....	17
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA .....	21
3.1	Caracterização da pesquisa .....	21
3.2	População .....	21
3.3	Coleta de dados .....	22
3.4	Procedimentos de coleta e de análise de dados .....	23
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO .....	25
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....	32
	REFERÊNCIAS .....	35
	APÊNDICES .....	37
	Apêndice A: Termo de Consentimento .....	38
	Apêndice B: Questionário .....	39

# 1 INTRODUÇÃO

Conquistar uma posição de relevo no mercado, atualmente, constitui um grande desafio para as empresas, pois com o advento da globalização e o avanço tecnológico, os consumidores têm se tornado, cada dia, mais exigentes. Por outro lado, a concorrência está mais acirrada e para uma organização manter-se competitiva não basta apenas lançar um produto ou serviço no mercado e esperar o retorno, é preciso inovar e buscar alternativas que transformem o negócio e o torne bem sucedido.

Desse modo, as empresas necessitam buscar alternativas e estratégias, com vistas a apresentar soluções que possam melhorar a qualidade de seus produtos e serviços oferecendo respostas mais eficazes e condizentes com as exigências e necessidades do seu mercado consumidor.

Assim sendo, e considerando que o comércio varejista de confecções (vestuário) é um segmento competitivo e dinâmico, uma vez que há uma circulação intensa e veloz de diferentes produtos, é compreensível que necessite de estratégias diversificadas, no que se refere à articulação de comercializar produtos diversos ao mesmo tempo em que permite atender, satisfatoriamente, seu público consumidor.

O comércio varejista de confecções da cidade de Porto Nacional – TO, segundo informações da CDL – Câmara dos Dirigentes Lojistas (2011) representa uma parcela significativa da economia local, com várias empresas (micro e pequenas), todas com uma gama variada de produtos, de modo a atender à população do município e cidades circunvizinhas.

Nesse contexto, é importante destacar a figura do empreendedor como um elemento de mudança no âmbito das organizações, tendo em vista que se trata de um ser capaz de identificar oportunidades, promover transformações, correr riscos e implementar inovações, que tornam a empresa mais competitiva e mais capacitada para atender, de forma satisfatória, seus clientes.

Nesse sentido, o sucesso ou a sobrevivência de uma empresa não depende, de acordo com Drucker (1986, *apud* Kornijezuk, 2004), apenas da habilidade dos empresários para o gerenciamento dos negócios ou de condições favoráveis,

estabelecidas por políticas governamentais, voltadas ao crescimento econômico em um ambiente de livre mercado, depende, fundamentalmente do comportamento e das características pessoais que marcam os empresários inovadores. A inovação, diz esse autor, é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para negócios ou serviços diferentes, podendo ser aprendida e praticada.

Quanto às diferenças entre empreendedor e empresário, Drucker (1986) comenta que o empreendedor demonstra ter um comportamento inovador, criando uma nova satisfação para o seu cliente, enquanto o empresário deve estar mais preocupado com os aspectos operacionais da administração do negócio.

Assim, pode-se dizer que um empresário nem sempre é empreendedor e vice-versa, mas é possível existir empresários que também sejam empreendedores. Nessa perspectiva, este estudo busca identificar se empresários da cidade de Porto Nacional – TO, que atuam no comércio varejista de confecções, possuem aderência aos comportamentos e características empreendedoras segundo classificação de um estudo feito pela ONU – Organizações das Nações Unidas, através do PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, podendo ser definidos como empreendedores.

A pesquisa realizada pelo PNUD estabeleceu dez características empreendedoras, que foram organizadas em três blocos, quais sejam:

Conjunto de Realização:

- Busca de oportunidades e iniciativas;
- Correr riscos calculados;
- Exigência de qualidade e eficiência;
- Persistência;
- Comprometimento.

Conjunto de Planejamento:

- Busca de informações;
- Estabelecimento de metas;
- Planejamento monitoramento sistemáticos.

### Conjunto de Poder:

- Persuasão e rede de contatos;
- Independência e autoconfiança.

Cabido (2008) relata que é impossível uma pessoa ter todas essas características bem desenvolvidas, mas, de modo geral, o empreendedor utiliza de todas elas em momentos distintos e ele se tornará melhor cada vez em que buscar se aprimorar nestas características.

## **1.1 Formulação do problema**

Considerando que alguns empresários também são empreendedores, o questionamento que surge é: Empresários portuenses atuantes no comércio varejista de confecções (vestuário) possuem aderência a algumas ou a todas as características empreendedoras definidas no estudo do PNUD (Conjunto de Realização, Conjunto de Planejamento e Conjunto de Poder) de modo que demonstrem ter perfil empreendedor?

## **1.2 Objetivo Geral**

Verificar se empresários portuenses, atuantes no comércio varejista de confecções, possuem aderência aos comportamentos e às características empreendedoras segundo classificação de um estudo feito pela ONU – Organizações das Nações Unidas, através do PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, podendo ser definidos como empreendedores.

## 1.2 Objetivos Específicos

- Mapear as características e comportamentos empreendedores de acordo com as dez características empreendedoras definidas pelo estudo feito pelo PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento;
- Ponderar sobre a necessidade de implementar ações empreendedoras para o crescimento e a sobrevivência das empresas pesquisadas;
- Identificar se aspectos da cultura local estão associados ao desenvolvimento da prática empreendedora no segmento em estudo.

## 1.3 Justificativa

O mercado de confecções brasileiro está em constante evolução. Dados recentes do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (segundo semestre de 2010) revelam que no mês de agosto de 2010 houve uma alta de 2,0% em relação ao volume de vendas registrado para o segmento no mês de julho do mesmo ano. Com esse resultado o setor completou quatro meses consecutivos de taxas positivas em volume de vendas, que, entre agosto de 2009 e agosto de 2010, acumulou alta de 10,4%.

Em conversas informais com a consultora do SEBRAE em Porto Nacional – TO, pude perceber que, o comércio varejista de confecções local, é um segmento que apresenta giro de mercadorias de diversos tipos e preços e contribui, de forma significativa, para o crescimento da economia local, pois existem empresas de vários tipos, desde as atuais e famosas lojas de R\$10,00, em que são oferecidos diversos tipos de roupas, ao preço único de R\$ 10,00 (dez reais) a peça, às boutiques, onde se encontra roupas mais sofisticadas e de grifes famosas, todas empenhadas em atender, de forma satisfatória seu público consumidor.

Assim, a proposta deste trabalho de identificar um perfil empreendedor na figura do empresário portuense, atuante no comércio varejista, justifica-se pela necessidade de conhecer suas práticas de mercado e as possíveis práticas

empreendedoras, quer sejam advindas de um novo negócio ou surgidas em uma empresa já existente, ou pela oportunidade ou mesmo pela necessidade. Visto que, com base em informações no site do SEBRAE (2011), o empreendedorismo tem entre suas principais virtudes, o desenvolvimento de novas ideias e tecnologias, estando associado à criação de um novo negócio, mas também é possível que uma empresa já madura e estabelecida empreenda, com a criação de um novo produto ou conceito.

Diante disso, e tendo por base as características definidas no estudo do PNUD, essa pesquisa irá possibilitar a aquisição de conhecimentos mais detalhados acerca do segmento selecionado, além de verificar se empresários portuenses, de tal segmento, são também empreendedores. Assim, julgamos ser relevante o desenvolvimento desse estudo, pois o conhecimento do perfil empreendedor pode permitir que, entidades como o SEBRAE possam oferecer subsídios direcionados para o desenvolvimento de estratégias inovadoras, além de apoiar e subsidiar melhor todo o setor de confecções.

Por fim, as condições para a realização dessa pesquisa são favoráveis, pois dispõe-se de material teórico e de pesquisa de campo suficientes para ampliar os conhecimentos relativos à temática selecionada, o que certamente, é indispensável a uma pesquisa desse porte.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Nessa seção, serão apresentadas algumas considerações acerca do comércio varejista, do varejo de confecções da cidade de Porto Nacional – TO, além de apresentar uma descrição sobre o empreendedorismo, conceito e origem, descrevendo também o termo empreendedor e suas principais características.

### **2.1 Comércio varejista**

Informações do site do SEBRAE (2008) definem o comércio como sendo uma das mais antigas atividades econômicas do ser humano. Mesmo em sua forma mais primitiva - o “escambo” (simples troca de Mercadorias) – para a atividade era imprescindível certo “espírito empresarial” para que o negócio se concretizasse e atendesse às necessidades dos parceiros comerciais.

No contexto atual, o comércio deixa de ser visto como uma simples troca de mercadoria e passa a envolver aspectos mais importantes como troca também de ideias, torna-se uma atividade muito mais complexa. Ratto (2004) comenta que: entre as atividades econômicas, o comércio é a que considera, de forma mais intensa, o relacionamento humano. O processo de troca, a essência da atividade comercial, não envolve somente a transferência de mercadoria, implica também o intercâmbio de ideias, experiências, sensações, expectativas e sonhos.

Em relação ao termo varejo, praticamente todas as definições estudadas focalizam a ideia de ser um canal de distribuição que conduz os produtos ao consumidor final. Assim, o varejo, segundo dados do SEBRAE (2008) é uma unidade de negócio que compra mercadorias de fabricantes, atacadistas e outros distribuidores e vende diretamente a consumidores finais e eventualmente aos outros consumidores.

Com a globalização, a evolução do comércio e as exigências do mercado consumidor, atualmente, o varejista não busca apenas trocar mercadorias, mas segundo Ratto (2004), o desafio maior para o segmento é aumentar a percepção do valor de seus produtos e serviços para satisfazer às necessidades, expectativas e desejos do seu público consumidor. Nessa perspectiva, o ato de comprar não é

simplesmente um processo mecânico: entrar na loja, pegar o produto, pagar por ele e sair da loja; o freguês deseja “ver, tocar, cheirar ou provar algo que promete prazer, se não a realização total”. As lojas que têm eliminado os balcões (barreira natural entre os clientes e os produtos) conseguiram aumentar a satisfação de seus consumidores e ampliar suas vendas. (Termo de referência – Biblioteca SEBRAE, 2008).

Pelo que se observa o comércio varejista não é tão complexo e está diretamente ligado com o consumidor final. No entanto, os efeitos da globalização e o acesso, cada vez, mais rápido e fácil à informação, têm contribuído para que o consumidor da atualidade torne-se mais consciente dos seus direitos e mais exigente quanto à aquisição dos produtos ou serviços.

O comércio varejista de Porto Nacional – TO, segundo informações da CDL, é um dos responsáveis pelo desenvolvimento e crescimento da economia local, juntamente com o setor agropecuário e o de agronegócios. O segmento é composto por diversas empresas, tais como: supermercados, farmácias, restaurantes, artigos de vestuário e acessórios, dentre outras.

De acordo com informações no site do SEBRAE (2011), O varejo apresenta duas formas básicas de organização de loja. A primeira é o auto-serviço, tipo predominante dos hiper e supermercados, onde não há contato pessoal entre consumidor e vendedor. A outra forma é a loja de balcão, em que há maior grau de interação entre as partes e a qualidade do serviço de atendimento torna-se ainda mais importante.

Assim, o comércio varejista de confecções, objeto de estudo dessa pesquisa, é em forma de balcão.

## **2.2 Empreendedorismo**

O empreendedorismo é um tema amplamente difundido na atualidade, assumindo posição de destaque em livros, revistas, internet e no universo empresarial, o que leva muitos a pensarem tratar-se de um termo “novo”. No entanto, é um tema que tem origem no século XVII, como diz Souza Neto (2001, *apud* Kornijezuk, 2004), o



uso mais antigo do termo empreendedorismo registra-se na história militar francesa, no século XVII e fazia referência a pessoas que se comprometiam a conduzir expedições militares. O mesmo autor atribui a um irlandês, do século XVIII, Richard Cantillon (1697 – 1734), o primeiro uso do termo *entrepreneur* no contexto empresarial, para se referir a alguém que compra bens e serviços a certos preços, com vistas a vendê-los a preços incertos no futuro.

Ao longo do tempo o conceito de empreendedorismo foi se evoluindo e assumindo diversas vertentes, atualmente o termo tem significado mais definido e completo. Assim, no início do século XX Shumpeter (1997, *apud* Kornijezuk, 2004), afirma que a essência do empreendedorismo está na percepção e na exploração de novas oportunidades no âmbito dos negócios, utilizando recursos disponíveis de maneira inovadora. Sem inovação, diz ele, não há empreendedores, sem investimentos não há retorno de capital e o capitalismo não se propulsiona. A partir dessas considerações, os economistas passaram a ver os empreendedores como detectores de oportunidades de negócios, criadores de empresas e corredores de risco.

Diversos autores da literatura que versa sobre a temática evidenciam, pelo menos um dos aspectos citados por Shumpeter (1997). Assim, na visão de Dolabela (2008), o empreendedorismo é uma livre tradução que se faz da palavra *entrepreneurship*, que contém as ideias de iniciativa e inovação. É um termo que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de relacionar. Para o autor, abrir empresas quer seja no ramo de serviços, indústria ou comércio, ou empreendedorismo empresarial, é uma das infindáveis formas de empreender.

No entendimento de Dornelas (2008), a melhor definição para o termo está relacionada com o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades e a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

Apesar de a origem do empreendedorismo remontar aos séculos passados, a análise desse tema pelo campo acadêmico ainda é recente, como diz Souza (2001a *apud* Kornijezuk, 2004) os primeiros movimentos acadêmicos sobre empreendedorismo surgiram nos anos 1940, na Harvard Business School, sendo, nos anos 1950, instituído o International Council for Small Business. Desde então, a realização de congressos, eventos e feiras deram origem à Enciclopédia do

Empreendedorismo e vêm ajudando a disseminar as pesquisas sobre o tema ao redor do mundo.

No Brasil, segundo Dornelas (2008), o empreendedorismo ganhou força somente a partir da década de 1990, com a abertura da economia que propiciou a criação de entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade para Exportação de Software). Antes desse momento, o termo empreendedorismo era praticamente desconhecido e a criação de pequenas empresas era limitada, em função do ambiente político e econômico, nada propício, do país. No entanto, isso não significa que não existiram empreendedores, deve-se salientar que muitos visionários atuaram em um cenário obscuro, deram tudo de si, mesmo sem conhecerem formalmente finanças, marketing, organização e outros conteúdos da área empresarial, a exemplo, podemos citar o Barão de Mauá, o célebre industrial Francisco Matarazzo, Samuel Klein (Casas Bahia), os Diniz (Pão de Açúcar), e tantos outros que contribuíram para o desenvolvimento econômico e social do país.

### 2.2.1 Empreendedor: Conceito e principais características

O entendimento do que seja empreendedor é de suma relevância para o desenvolvimento deste estudo. Assim, numa visão geral e de acordo com a maioria dos autores que estudam o assunto, o termo empreendedor é originário do verbo francês “*entrepreneur*” que significa aquele que assume riscos e começa algo novo. Surgiu na França por volta dos séculos XVII e XVIII, com o objetivo de designar aquelas pessoas ousadas que estimulavam o progresso econômico, mediante novas e melhores formas de agir.

Atualmente, Segundo Dolabela (2008), o empreendedor é visto como o “motor da economia”, um agente de mudanças. Há muitos escritos conceituando o termo e os autores oferecem uma gama variada de definições, contudo, uma das mais antigas de acordo com Dornelas (2008) é a do economista Joseph Shumpeter (1949) que diz ser empreendedor 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.

Outra definição objetiva, mas, bastante abrangente, no entendimento de Dolabela (2008) é a de Fillion (1991) para quem o empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.

Diante disso, o que se percebe é que o empreendedor é um agente que está intimamente relacionado com a inovação e com a criação de algo novo, além de assumir riscos, na tentativa de transformar o ambiente no qual está inserido. Desse modo, Chiavenato (2008) afirma que o empreendedor não é somente um fundador de novas empresas ou construtor de novos negócios. Ele é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias. Para esse autor, empreendedor é quem fareja as oportunidades de modo rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros o façam, é quem assume riscos e começa algo novo.

É visível, que a maioria dos autores que estudam esse tema concorda que, capacidade inovadora, correr riscos, farejar e aproveitar oportunidades são algumas características que compõe o perfil empreendedor. Assim, no entendimento de Mintzberg (2000, *apud* Kornijezuk, 2004), as principais características dos empreendedores resumem-se na busca ativa de oportunidades, a centralização do poder, o uso de golpes ousados, ou seja, a busca por condições de incerteza na qual a organização pode obter consideráveis ganhos; e o crescimento como meta dominante, caracterizado pela necessidade de realização.

Nesse sentido, Angelo (2003, *apud* Kornijezuk, 2004) identifica que o empreendedorismo envolve todas as funções, atividades, e ações ligadas à percepção de oportunidades e à criação de organizações que buscam organizadamente estas oportunidades. Destaca cinco elementos fundamentais na caracterização de um empreendedor: criatividade, habilidade de aplicar a criatividade, força de vontade, foco na geração de valor e a predisposição para correr riscos calculados, quebrando regras e encurtando distâncias. Para esse autor, os negócios verdadeiramente empreendedores tendem a crescer aceleradamente.

Sobre as características empreendedoras, o referido autor diz que, os empreendedores bem sucedidos estudam previamente os mercados/produtos em

que vão atuar, planejam as suas ações e buscam reduzir o seu risco; não necessariamente realizam inovações que quebram paradigmas, radicais, mas, por vezes, essas inovações são de pequena variação, incrementais; e não precisam, forçosamente, de experiência anterior no mercado em que irão empreender.

Desse modo, as características empreendedoras citadas revelam que o empreendedor é um ser visionário, criativo e com capacidade de mudanças, ao mesmo tempo em que aceita correr riscos para atingir seus objetivos. Os empreendedores, para Fillion (1996, *apud* Kornijezuk , 2004) têm a capacidade de definir visão e objetivos e identificam recursos capazes de ajudá-los na realização, mesmo que para isso precisem iniciar o processo de mudanças. Trabalham centrados no desenho de processos resultantes de uma visão diferenciada do cenário e do ambiente organizacional, utilizando-se de sua imaginação e de sua criatividade.

Ainda sobre as características empreendedoras, um estudo mundial encomendado pela ONU – Organização das Nações Unidas, realizado pelo PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, identificou dez características do comportamento empreendedor, as quais foram organizadas em três blocos, a saber:

Conjunto de Realização:

- Busca de oportunidades e iniciativas;
- Correr riscos calculados;
- Exigência de qualidade e eficiência;
- Persistência;
- Comprometimento.

Conjunto de Planejamento:

- Busca de informações;
- Estabelecimento de metas;
- Planejamento monitoramento sistemáticos.

Conjunto de Poder:

- Persuasão e rede de contatos;
- Independência e autoconfiança.

Considerando a revisão da literatura apresentada, para efeito dessa pesquisa, serão consideradas as dez características empreendedoras identificadas pelo estudo do PNUD, descritas acima. E o conceito de empreendedor adotado será o apresentado por Dornelas (2008, p. 23), que diz:

O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ele, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; e aceita assumir riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Pelo que se observa, o empreendedorismo não é um fenômeno surgido na atualidade, mas por meio da figura do empreendedor, com sua percepção e capacidade de identificar oportunidades, atualmente, está mais divulgado e representa uma maneira das empresas tornarem-se mais competitivas no mercado.

Nesse contexto, a resposta ao problema dessa pesquisa e o atendimento aos objetivos geral e específicos, revelarão os possíveis empreendedores portugueses que atuam no comércio varejista de confecções e também a necessidade de implementar-se ações que melhorarão o setor, bem como a possibilidade de obtenção de subsídio e apoio por parte de entidades como o SEBRAE.

### 3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Tendo em vista os objetivos explicitados anteriormente, os dados dessa pesquisa serão coletados junto à realidade por meio de uma aplicação de um questionário semi-estruturado, uma vez que este conterá perguntas abertas e fechadas.

#### 3.1 Caracterização da pesquisa

Considerando os objetivos traçados e os processos a serem realizados, essa pesquisa, quanto à metodologia, será qualitativa. Caracteriza-se como **descritiva**, que segundo SILVA (2001, *apud* Kornijezuk, 2004), a pesquisa descritiva, visa à descrição sistematicamente das características da população e interrogação direta a pessoas cujo comportamento se deseja conhecer em estudo estabelecendo relações entre suas variáveis; **censitária**, pois o estudo será desenvolvido com a população total, e **pesquisa de campo**, que segundo Triviños (2009), o investigador na pesquisa de campo assume o papel de observador e explorador, coletando diretamente os dados no local (campo) em que se deram ou surgiram os fenômenos.

#### 3.2 População

Esta pesquisa será desenvolvida com empresários da cidade de Porto Nacional – TO, que atuam no comércio varejista de confecções (vestuário). Os dados dessa população serão os obtidos junto à SEFAZ – TO – Secretaria Estadual da Fazenda do Estado de Tocantins (Relatório de empresas do comércio varejista que atuam no comércio de peças do vestuário, gerado pelo código da atividade, CNAE fiscal, em maio de 2011). Conforme dados da tabela 01:

<b>QUANTIDADE DE CONTRIBUINTES POR SITUAÇÃO – ATIVO (PESSOA JURÍDICA)</b>	
<b>CNAE Principal</b>	<b>Quantidade</b>
4781 – 4 – Comércio Varejista de Artigos do Vestuário e Acessórios	53

Tabela 01: Contribuintes portuenses por código de atividade

Fonte: Relatório por código da atividade gerado pela Agência de Atendimento de Porto Nacional (SEFAZ/TO).

Na concepção de Barbetta (1998 *apud* Zanella 2006), se a população for pequena (digamos, de 50 elementos), para termos uma amostra capaz de gerar resultados precisos para os parâmetros da população, necessitamos de uma amostra relativamente grande (em torno de 80% da população). Desse modo, e considerando o tipo de pesquisa selecionado (censitária), este estudo será desenvolvido com a população total.

### **3.3 Coleta de dados**

Os dados desta pesquisa de campo foram coletados por meio de um questionário, contendo 20 (vinte) questões abertas e fechadas (semi-estruturadas), vide Apêndice A.

A primeira questão buscava identificar o perfil empreendedor dos empresários portuenses, assim como o objetivo geral pretendido, foi elaborada tendo por base as dez características empreendedoras definidas pelo estudo do PNUD, solicitou-se que os empresários atribuíssem uma nota de 1 a 5 à sua pessoa quanto às características citadas. O modelo desta questão foi adaptado de questões para avaliar o perfil empreendedor criado por Dornelas (2008), em que o avaliado atribuía uma nota a sua pessoa referente às características concebidas como empreendedoras (método auto-avaliativo). Assim, os resultados desta questão foram medidos da seguinte forma, seguindo o mesmo critério de Dornelas (2008): A nota máxima seria 50 (cinquenta) pontos, os empresários que obtivessem mais de 80% (oitenta por cento) desta pontuação (40 - 50 pontos) seriam, portanto, considerados empreendedores; mais de 60% (sessenta por cento) sendo (30 – 39 pontos), possuiriam algumas das características empreendedoras citadas; menos de 59%

(cinquenta e nove por cento), os que obtivessem menos de 29 pontos não seriam considerados empreendedores e dificilmente seriam um.

As demais questões foram adaptadas de um modelo de entrevista elaborado por Dornelas (2008), com vistas a conhecer e compreender como ocorre o perfil empreendedor, as dificuldades encontradas por este em seu campo de atuação, de modo a responder os objetivos específicos aqui almejados, focando sempre a definição de empreendedor adotada para este trabalho.

### **3.4 Procedimentos de coleta e de análise de dados**

O procedimento de coleta de dados iniciou-se com a elaboração do questionário e discussão e análise das questões com o professor-orientador. Após, fez-se teste com um empresário, no sentido de verificar a interpretação e o entendimento das questões. Feito isso, passou-se às visitas *in loco* aos estabelecimentos dos empresários atuantes no comércio varejista de confecções no município de Porto Nacional – TO, que ocorreu entre os dias 28 de setembro a 19 de outubro de 2011. Em princípio, explicava o motivo da visita e deixava uma cópia do questionário para ser respondido por eles, no dia seguinte, voltava-se aos estabelecimentos para recolher os questionários com as devidas respostas.

Visando atender ao objetivo geral deste estudo, os dados coletados foram analisados, tendo por base os conceitos apresentados no referencial teórico.

Assim, no sentido de atingir o primeiro objetivo específico e com base nos dados da primeira questão, buscou-se elaborar uma nota, com a soma dos pontos que cada empresário atribuiu a si próprio, no tocante às características e comportamentos empreendedores definidos no estudo do PNUD. O resultado dessa soma permitiu analisar se os empresários tinham alguma aderência ou não às características e comportamentos citados.

Com o intuito de atingir o segundo objetivo específico, analisou-se questões relativas à formação do comportamento empreendedor e se obtiveram apoio de entidades como o SEBRAE, bem como se o comportamento empreendedor influencia o crescimento e solidez do negócio.



O terceiro e último objetivo específico foi analisado com base nos dados coletados referentes à cultura empresarial local, se é favorável ou não à prática empreendedora do segmento em análise.

Todos os participantes deste estudo foram visitados, no entanto, alguns não responderam ao questionário alegando falta de tempo, falta de interesse pelo tema ou por medo de que os dados coletados pudessem prejudicá-los de alguma forma. Outros não estavam presentes no estabelecimento quando da visita e outros, por motivos alheios, recusaram a responder. E ainda, alguns questionários foram respondidos por gerentes ou colaboradores, mas foram descartados por não conter os dados preteridos nesta pesquisa.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados da pesquisa serão apresentados de forma descritiva, com a utilização de gráficos e tabelas, apresentando os respectivos índices percentuais, com vistas a serem bem visualizados e compreendidos.

O universo deste estudo correspondeu ao total de 53 (cinquenta e três) empresários, cuja atividade principal é o comércio varejista de confecções. No entanto, os respondentes efetivos somaram-se 33 (trinta e três) empresários, isto é, 62% (sessenta e dois por cento) do total, sendo que 27% (vinte e sete por cento) corresponderam aos empresários não localizados em seus estabelecimentos e 11% (onze por cento) referiu-se àqueles que, por motivos diversos, recusaram-se a responder, vide gráfico 01.

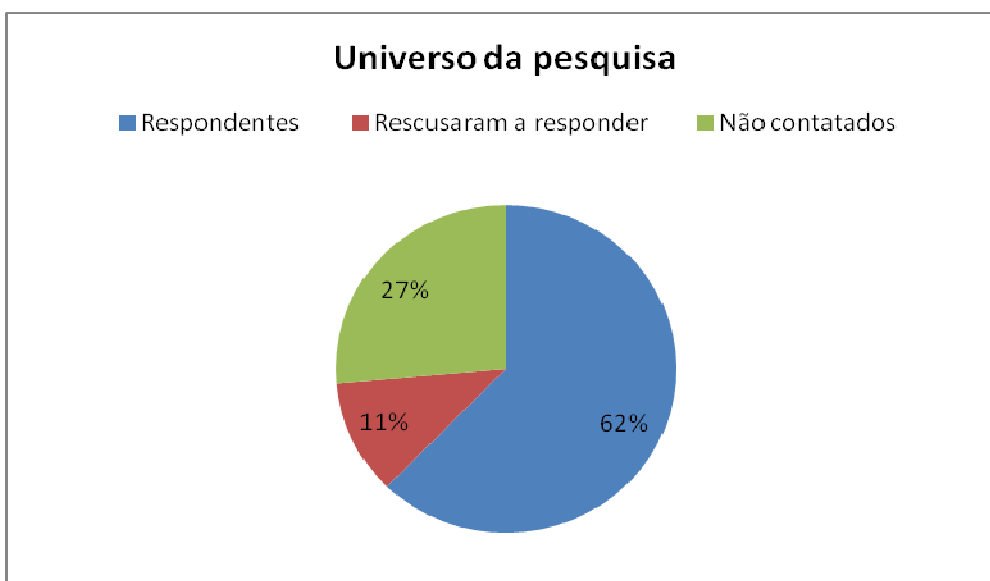


Gráfico 01: Universo da pesquisa  
Fonte: Dados da pesquisa

Visando ao atendimento do primeiro objetivo específico, elaborou-se uma questão a partir das dez características e comportamentos empreendedores definidos pelo estudo do PNUD, tendo por base Dornelas (2008). Nessa questão os empresários portuenses atuantes no comércio varejista de confecções, objeto deste estudo, deveriam atribuir à sua pessoa uma nota, que seria de 1 – 5, sendo: 1 – Insuficiente, 2 – Fraco, 3 – Regular, 4 – Bom e 5 - Excelente, referente à cada uma das características.

A avaliação para os resultados obtidos nesta questão seguiram os mesmos utilizados por Dornelas (2008), em seu questionário para auto avaliação do perfil empreendedor, qual seja: A nota máxima seria 50 (cinquenta) pontos, os empresários que obtivessem mais de 80% (oitenta por cento) desta pontuação (40 - 50 pontos) seriam, portanto, considerados empreendedores; mais de 60% (sessenta por cento) sendo (30 – 39 pontos), possuiriam algumas das características empreendedoras citadas; menos de 59% (cinquenta e nove por cento), os que obtivessem menos de 29 pontos não seriam considerados empreendedores e dificilmente seriam um.

Desse modo e para melhor visualização, os resultados dessa questão podem ser visualizados no gráfico 02, sendo que o total de questionários aplicados e validados foi de 33.

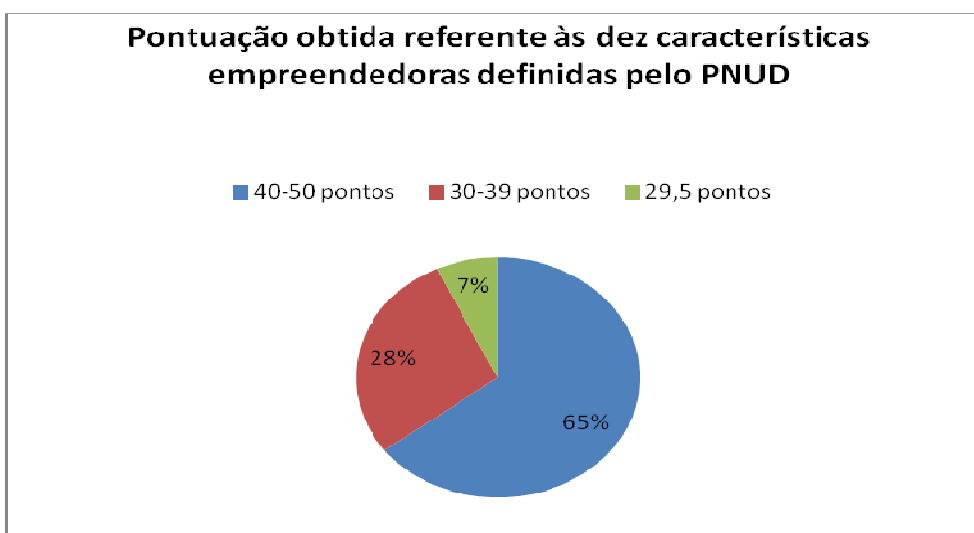


Gráfico 02: Resultados questão 01

Fonte: Dados da pesquisa

Pelo que se observa, 65% (sessenta e cinco por cento) dos empresários pesquisados são aderentes às características empreendedoras definidas no estudo do PNUD e podem, segundo classificação de Dornelas (2008), serem considerados empreendedores. Um número menor, 28% (vinte e oito por cento), também têm aderência às características empreendedoras, demonstrando ter potencial empreendedor, mas não sendo considerado ainda um empreendedor, e, por fim, apenas três dos participantes desta pesquisa demonstraram ter pouca aderência às características empreendedoras, não sendo, portanto, considerados empreendedores.

Com vistas a atender o segundo objetivo específico, analisou-se os dados obtidos com a aplicação das questões 5 e 10 do questionário, vide Apêndice A.

Quando questionados sobre que fatores ou quais pessoas influenciaram a decisão em atuar no ramo varejista de confecções, cerca de 65% (sessenta e cinco por cento) dos empresários citaram: habilidade em trabalhar com vendas, influência de amigos e familiares, demissão de emprego anterior e oportunidade de ter seu próprio negócio. Para alguns autores, revisados no referencial teórico, esses fatores contribuem para a existência e desenvolvimento do comportamento empreendedor.

Diante disso, o que se observa, conforme pode ser visto no gráfico 03, é que 65% (sessenta e cinco por cento) dos empresários portugueses do setor de confecções foram movidos por fatores, que influenciam o comportamento empreendedor e estão desenvolvendo seu potencial empreendedor; ao passo que os 35% trinta e cinco por cento) restantes, como observado na análise de suas respostas, que citaram fatores/motivos diversos para iniciarem suas atividades, não foram movidos por fatores que indicasse terem comportamento empreendedor.

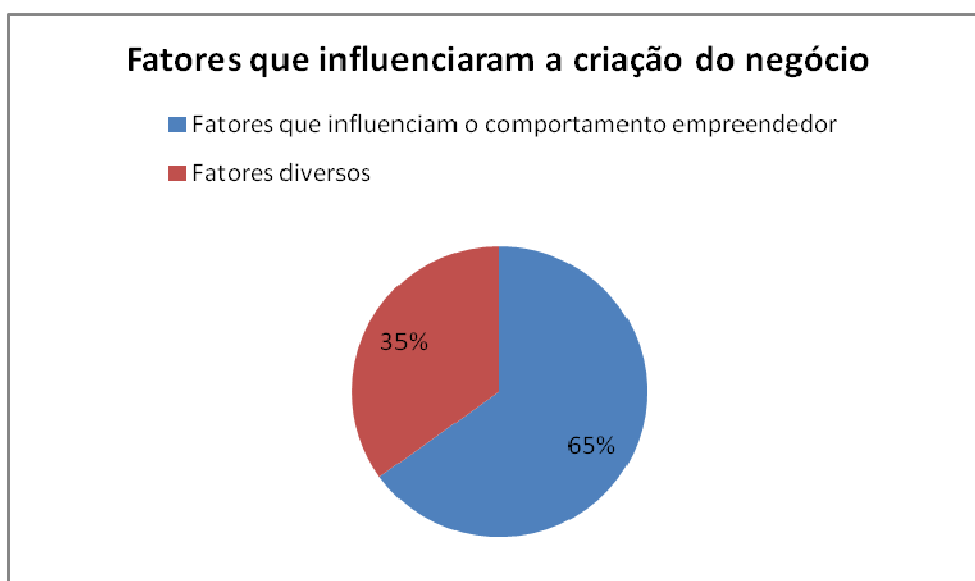


Gráfico 03: Fatores que influenciaram a criação do negócio  
Fonte: Dados da pesquisa

O apoio de entidades como o SEBRAE, principalmente no início do negócio, pode ser relevante para o crescimento e solidez das pequenas empresas, no entanto, 79% (setenta e nove por cento) dos empresários pesquisados, nunca obtiveram nenhum tipo de apoio dessa entidade, como pode ser visualizado no gráfico 04. Além disso, ao iniciarem seus negócios, não tinham um Plano de Negócio, tal como

é concebido na atualidade, buscaram informações, traçaram objetivos e metas, planejaram, mas sem organizar tudo isso em um plano de negócio consistente.

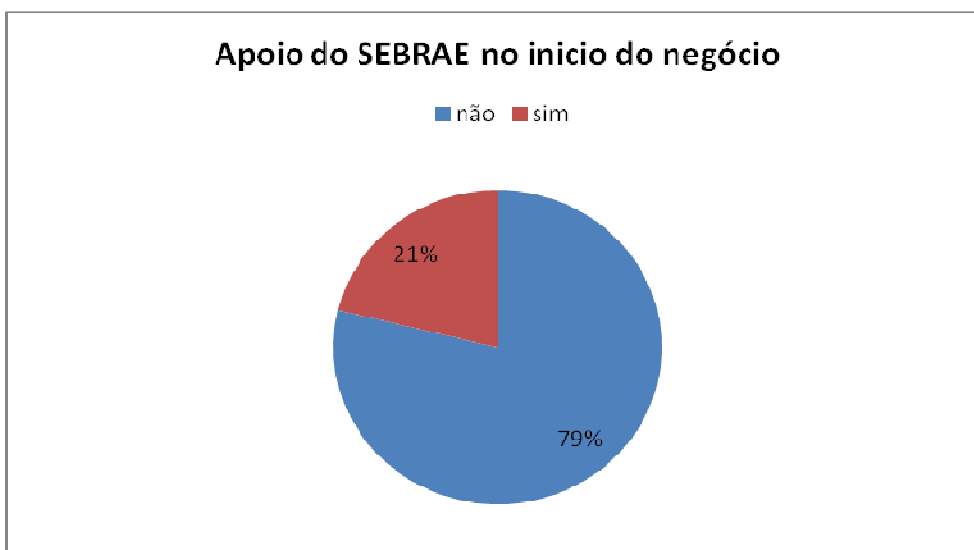


Gráfico 04: Apoio do SEBRAE no início do negócio  
Fonte: Dados da pesquisa

Assim sendo, a constatação da falta de políticas de apoio, tais como: incentivo e apoio para o desenvolvimento do plano de negócios, incentivo para implantação e expansão do negócio, desenvolvimento de feiras para incentivar a prática empreendedora e apresentar estratégias que possam melhorar o negócio, dentre outras; bem como deficiências no planejamento, deduz-se que os empresários portuenses atuantes no segmento de confecções, necessitam de atenção e subsídio de entidades como o SEBRAE, além de buscarem a implementação de ações que possam desenvolver melhor seu potencial empreendedor.

Para atingir o terceiro objetivo específico desta pesquisa, analisou-se os dados referentes às questões 07 e 14 do questionário, vide Apêndice A. Quanto à questão 14 (quatorze), 88% (oitenta e oito por cento) dos respondentes afirmaram positivamente, que a cultura empresarial local é favorável ao bom desempenho dos seus negócios, vide gráfico 05.

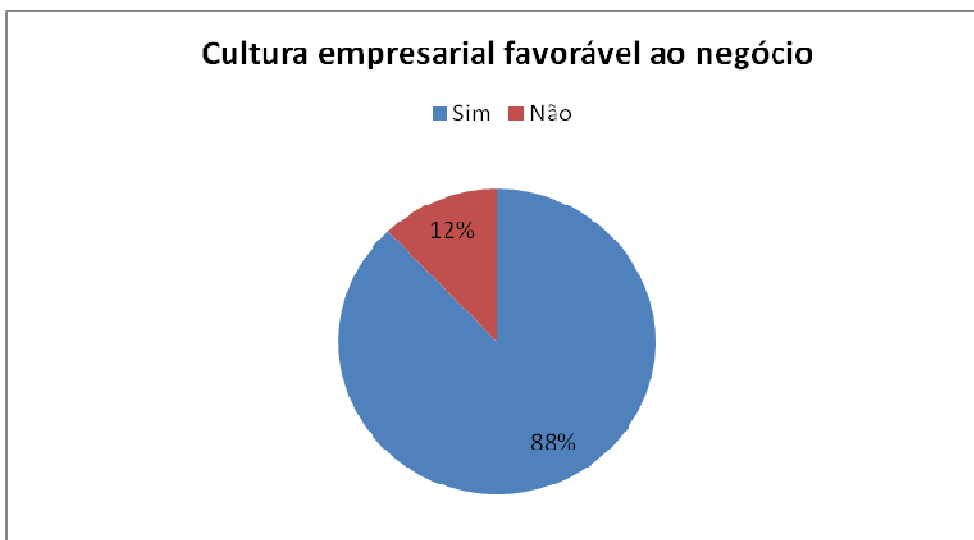


Gráfico 05: Cultura empresarial favorável ao negócio  
Fonte: dados da pesquisa

Em relação à questão 07, foram analisados os dados em que os empresários afirmaram ter feito pesquisa de mercado antes de iniciarem o negócio e analisaram também se havia fatores regionais e culturais que poderiam dificultar seu intento. Concluíram, portanto, que o local era favorável para se instalarem e levarem em frente seus planos e sonhos.

O que se constata, diante disso, é que a cultura empresarial local é favorável à implementação de novos negócios, no entanto, a prática empreendedora é pouco incentivada e não há políticas de apoio, desenvolvidas em parcerias com o SEBRAE local, junto aos empresários do segmento analisado.

Por fim, para atender ao objetivo geral deste estudo foram analisados os resultados obtidos com a aplicação da questão 01, o que identificaria se os empresários portuenses atuantes no comércio varejista de confecções são aderentes às dez características definidas no estudo do PNUD (Conjunto de Realização, Conjunto de Planejamento e Conjunto de Poder).

Do total de 33 respondentes, 21 (65% por cento) demonstraram ter aderência às características empreendedoras, podendo ser considerados empreendedores; 09 (28% por cento) também demonstraram possuir aderência, ainda que em percentual menor, às características citadas, ao passo que apenas 3 (7% por cento) apresentaram um índice menor de aderência. Vide tabela 01.

<b>Número de respondentes %</b>	<b>Pontos obtidos – questão 1</b>
Cerca de 65%	40 - 50
Cerca de 28%	30 - 39
Cerca de 7%	Menos de 29

Tabela 02: Demonstrativo de respondentes em %  
Fonte: Dados da pesquisa

Os dados coletados revelaram também que das características empreendedoras definidas no estudo do PNUD, que os empresários são aderentes, para as quais atribuíram notas mais altas (entre 4 e 5) são: Busca de oportunidades e iniciativa, Exigência de qualidade e eficiência, Persistência, Comprometimento, Busca de Informações, Estabelecimento de metas e Independência e autoconfiança, como pode ser melhor visualizado nos destaques da tabela 03.

<b>Características definidas no estudo do PNUD</b>	<b>Quantidade de empresários que atribuiu à sua pessoa entre 4 e 5 pontos</b>
Busca de oportunidades e iniciativas	26
Correr riscos calculados	17
Exigência de qualidade e eficiência	28
Persistência	33
Comprometimento	31
Busca de informações	28
Estabelecimento de metas	28
Planejamento monitoramento sistemáticos	23
Persuasão e redes de contatos	22
Independência e autoconfiança	33

Tabela 03: Características mais pontuadas pelos empresários portuenses  
Fonte: Dados da pesquisa

Com base nesses dados, pode-se observar que, dentre a subdivisão do estudo do PNUD, Conjunto de Realização, Conjunto de planejamento e Conjunto de poder, os empresários pesquisados demonstraram ter aderência à característica de todos os blocos, no entanto, o mais citado foi o Conjunto de realização, no qual ficou evidente que têm aderência a quatro características, quais sejam: Busca de oportunidades e iniciativas, Exigência de qualidade e eficiência, Persistência e Comprometimento.

Os dados coletados com a aplicação das demais questões mostraram que, mais de 50% (cinquenta por cento) dos empresários portuenses pesquisados possuem outras características citadas por autores que estudam a temática, já relacionados no referencial teórico, quais sejam: iniciativa para criar seu próprio negócio, paixão pelo que faz, possibilidade de ajudar outras pessoas, capacidade de inovação e a necessidade de realização.

Isso nos chama a atenção para a definição elaborada por Dornelas (2008) para o termo empreendedor, adotada neste estudo, na qual o autor menciona características como: iniciativa para criar seu próprio negócio e paixão pelo que faz, como sendo aspectos referentes ao empreendedor.

Diante dos resultados apresentados, observa-se que, apesar de não terem bem desenvolvidas todas as dez características empreendedoras definidas no estudo do PNUD, 65% dos empresários portuenses atuantes no comércio varejista de confecções, objeto de estudo desta pesquisa, além de serem empresários podem ser considerados também empreendedores.



## 5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Ao longo desse estudo fez-se uma revisão bibliográfica sobre o conceito de empreendedorismo e empreendedor e suas principais características, bem como sobre comércio varejista, com o objetivo de verificar se empresários atuantes no comércio varejista de confecções de Porto Nacional – TO tinham aderência às características empreendedoras definidas em um estudo do PNUD, podendo ser considerados empreendedores.

Na revisão bibliográfica, procurou-se utilizar de autores de renome que estudam a temática, explorando o conceito de empreendedorismo e empreendedor, bem como as principais características e comportamentos empreendedores.

Observou-se, portanto, que o empreendedorismo é um fenômeno que surgiu em séculos passados, mas o estudo científico do tema é recente. Apesar disso, atualmente, é um tema bastante difundido e os estudos nesse campo, cada dia, ganham mais força e se solidificam cada vez mais. Nesse sentido, a realização dessa pesquisa contribui para o acréscimo de informações teóricas e práticas sobre a temática explorada e evidencia a importância que o empreendedorismo, por meio da figura do empreendedor, tem dentro do âmbito empresarial e também no que se refere ao desenvolvimento da economia do país.

A metodologia empregada buscou investigar a existência de comportamentos empreendedores dos empresários, objeto de estudo, de forma que os resultados pudessem contribuir para a validação desse estudo, bem como para o alcance dos objetivos propostos.

Nessa perspectiva, os resultados obtidos evidenciaram que 65% (sessenta e cinco por cento) do grupo pesquisado é aderente às características empreendedoras definidas no estudo do PNUD, o que indica que podem ter perfil empreendedor. O método utilizado para obter esses dados foi auto-avaliativo, isto é, cada empresário atribuía a si próprio uma nota entre 1-5, e conforme observou durante as análises, aparentemente respondeu ao objetivo geral dessa pesquisa. Entretanto, uma vez que essa conclusão baseou-se na auto-avaliação dos pesquisados e em análises desta pela investigadora, há aqui um indicador de que o assunto merece ser melhor

explorado, merecendo também maior comprovação científica com o desenvolvimento de pesquisas posteriores.

Desse modo, é interessante mencionar que os resultados obtidos não podem ser transferidos para todo o universo desse estudo, assim, não se pode afirmar, por exemplo, que todos os empresários portuenses atuantes no setor de confecções sejam empreendedores, visto que, apesar de a pesquisa ser censitária (toda a população), houve algumas limitações e 38% (trinta e oito por cento) do grupo, por motivos diversos, não foi pesquisado. Isso certamente causou impactos aos resultados obtidos.

Por outro lado, foi constatado que 65% (sessenta e cinco) dos empresários pesquisados, ao iniciarem seu negócio, foram movidos por fatores que influenciam o comportamento empreendedor, tais como: habilidade com vendas, influência de amigos e familiares, demissão de emprego anterior e oportunidade de ter seu próprio negócio. Segundo Dornelas (2008), o comportamento empreendedor pode ocorrer aparentemente por acaso, mas na realidade ele ocorre devido a fatores externos, ambientais e sociais, à aptidão pessoais ou a um somatório de todos esses fatores. Para o autor, fatores relacionados à insatisfação com o trabalho, ser demitido, influência dos pais ou outros familiares são alguns dos que mais influenciam o processo empreendedor.

Nesse sentido, conclui-se que, a parcela do grupo acima mencionada, ao iniciar seu negócio, demonstrou ter comportamentos empreendedores.

Outro dado importante, é que os 33 (trinta e três) respondentes são micro e pequenos empresários, desses, 24 (vinte e quatro) já atuam no mercado há mais de dois anos. Isso posto, pode-se dizer que têm grandes chances de manterem-se ativos no mercado, visto que, segundo informações do SEBRAE (2011), estudos mostram que os dois primeiros anos de atividade de empreendimentos desse porte são os mais difíceis.

Desse modo, o que se observa é que, as empresas pesquisadas, apesar de não terem obtido apoio de entidades, como o SEBRAE, no início de suas atividades, conforme resultados obtidos ultrapassaram o período crítico, o que demonstra que outros fatores contribuíram para a sobrevivência dessas empresas. Nesse contexto, é possível inferir que o comportamento e a aderência às características

empreendedoras que o grupo demonstrou possuir, dentre outros possíveis fatores, podem ter contribuído para a sobrevivência dessas empresas no mercado.

Nesse contexto, é importante mencionar que a sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil é um assunto relevante e ganha destaque atualmente, pois os resultados de uma pesquisa do SEBRAE (2011) mostram que as taxas de sobrevivência desse grupo de empresas estão aumentando, sendo que o dado mais recente revela que a cada 100 empreendimentos criados no Brasil, 73 sobrevivem aos primeiros dois anos de atividade. Essa taxa supera a de países de modelo do empreendedorismo, como a Itália.

Esse bom desempenho é o resultado de parcerias entre o SEBRAE e demais instituições da sociedade, que juntos estão melhorando o ambiente onde estão inseridos os micros e pequenos negócios e oferecendo apoio e incentivando a prática do empreendedorismo.

Assim sendo, fica a sugestão de desenvolvimento de parcerias entre o SEBRAE local e os empresários do setor de confecções do município de Porto Nacional – TO, com vistas a desenvolverem estratégias e implementarem inovações dentro desses empreendimentos, de modo que os empresários possam continuar atuando nesse tipo de segmento e possam também desenvolver melhor o seu potencial empreendedor, contribuindo, assim, para o fortalecimento da economia local.

Em síntese, pode-se dizer que a realização desse estudo trouxe contribuições importantes, pois além de explorar os conceitos relativos ao empreendedorismo e ao empreendedor, permitiu identificar os comportamentos empreendedores do grupo pesquisado, além de identificar também que a cultura empresarial local é favorável ao desenvolvimento do tipo de negócio dos empresários estudados.

Por fim, considerando que o empreendedorismo é um processo que, por meio da figura do empreendedor, transforma ideias e aproveita oportunidades resultando disso a criação de negócios de sucesso, e considerando que o grupo pesquisado, demonstrou ter características empreendedoras, é compreensível que implemente inovações dentro de seus negócios, visando não só ao alcance de seus objetivos e obtenção de lucros, como também o desenvolvimento de ações de sustentabilidade, como o esforço em melhorar a condição econômica dos seus colaboradores e

preocupações de ordem ambiental, por exemplo, de modo a pelo menos trilharem, em seu cotidiano, o caminho de um negócio sustentável.

## REFERÊNCIAS

- BRITTO, Francisco. **Empreendedores brasileiros II: a experiência e as lições de quem faz acontecer**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- CABIDO, Anderson da Costa. Artigo: **Empresariamento X Empreendedorismo – A formação empreendedora pode ser uma importante ferramenta da transformação cultural brasileira**. UFMG, 2008.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor – 3ª ed. Revista e atualizada**. São Paulo: Saraiva, 2008.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luisa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3ª Ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. Tradução de Carlos Malferrari – São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- KORNIJEZUK, Fernando Bandeira Sacenco. **Características empreendedoras de pequenos empresários de Brasília – Dissertação de mestrado**. Brasília: Universidade de Brasília - Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação – FACE, 2004.
- RATTO, L. **Comércio: Um Mundo de Negócios**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2004.
- SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Termo de referência – Atuação do sistema SEBRAE no atendimento ao Comércio Varejista**. Disponível em HTTP: <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/>. Acesso em 23 de maio de 2011, às 22:58.
- WIKIPEDIA, Enciclopédia Eletrônico. **Conceito de Empreendedorismo e empreendedor**. Disponível em <HTTP://www.wikipedia.org>. Acesso em 25 de abril de 2011.
- ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Apostila de Metodologia da pesquisa**. Programa Universidade Aberta do Brasil – Florianópolis: SEaD/UFSC, 2006.
- TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. 1. ed. – 18. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

## **APÊNDICES**

**Apêndice A – Termo de Consentimento**

**Apêndice B - Questionário para coleta de dados**

## Apêndice A: Termo de Consentimento

Eu, \_\_\_\_\_, portador(a)  
do RG nº \_\_\_\_\_, residente no endereço  
\_\_\_\_\_, na  
cidade de \_\_\_\_\_, autorizo a pesquisadora LOURIVAN NERES DA  
SILVA, portadora do RG nº 415.487, residente no endereço Viela 22, 903, casa 02, Setor  
Aeroporto na cidade de Porto Nacional - TO, acadêmica do curso de Administração na  
modalidade à Distância, da Unb – Universidade de Brasília, a utilizar os dados obtidos com  
aplicação do questionário no dia \_\_\_\_/\_\_\_\_/2011, com perguntas relativas ao meu  
estabelecimento comercial e minhas atitudes e comportamentos empresariais, com vistas ao  
desenvolvimento do seu projeto de pesquisa intitulado “Empreendedorismo: características  
empreendedoras de empresários portuenses que atuam no comércio varejista de  
confeções.”

Porto Nacional - TO, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2011.

## Apêndice B: Questionário

1. Atribua à sua pessoa uma nota de 1 a 5 para cada uma das características a seguir e escreva a nota na última coluna:

<b>Características</b>	<b>Excelente 5</b>	<b>Bom 4</b>	<b>Regular 3</b>	<b>Fraco 2</b>	<b>Insuficiente 1</b>	<b>NOTA</b>
Busca de oportunidades e iniciativas						
Correr riscos calculados						
Exigência de qualidade e eficiência						
Persistência						
Comprometimento						
Busca de informações						
Estabelecimento de metas						
Planejamento monitoramento sistemáticos						
Persuasão e redes de contatos						
Independência e autoconfiança						

2. Ao iniciar seu atual negócio, houve algum evento marcante (demissão, aposentadoria, outros)?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
3. Quais suas experiências de trabalho anterior ao início das suas atividades no comércio varejista de confecções (vestuário)?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
4. Qual seu nível de educação formal? Nível fundamental, médio ou superior? Essa formação adquirida foi importante para a criação do seu negócio?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
5. Que fatores ou quais pessoas influenciaram sua decisão em atuar no ramo varejista de confecções (vestuário)?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
6. Ao iniciar seu negócio, percebeu que havia alguma oportunidade de obter sucesso? E como avaliou essa oportunidade?
- \_\_\_\_\_



- 
- 
- 
7. Antes de formalizar sua empresa, tinha um plano de negócios? Ou fez algum tipo de planejamento, como exemplo: que rumos tomaria sua empresa, quais seriam seus objetivos e metas com essa empresa, quem seriam seus clientes? Explique.

---

---

---

8. Qual foi o momento mais crítico no início do negócio ou depois de sua criação? Como foi superado?

---

---

---

9. Qual foi o momento de maior satisfação?

---

---

---

10. No início, obteve apoio de entidade como o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às micros e pequenas empresas?

( ) Sim ( ) Não

11. Ao iniciar seu negócio, começou sozinho ou teve algum sócio?

( ) Sozinho ( ) Com um ou mais sócios

12. Caso já teve um ou mais sócios, eles complementaram suas habilidades para tocar o negócio?

( ) Sim ( ) Não

13. Alguém da sua família já atuou nesse tipo de comércio (varejista de confecções) e obteve resultados satisfatórios?

( ) Sim ( ) Não

14. A cultura empresarial local é favorável ao bom desempenho do seu negócio?

( ) Sim ( ) Não

15. Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes?

Sim                       Não                       Outros

Como? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

16. Procura criar valor e satisfazer as necessidades dos clientes?

Sim                       Não

Como? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

17. Sabe se adaptar rapidamente a novas situações e não tem medo de falhar?

Sim                       Não                       Outros

Como? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

18. Deseja sempre crescer e atingir melhores resultados?

Sim                       Não

Como? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

19. Conhece suas forças e fraquezas?

Sim                       Não

Como? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

20. Qual é lado positivo de ser empresário atuante nesse tipo de comércio  
(Comércio varejista de confecções)?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_