

O PERFIL DO EMPREENDEDOR DE EMPRESAS DE PEQUENO PORTE: Um estudo de caso em Monte Carmelo

José Alves de Moura Neto¹

João da Silva Mafra²

RESUMO

O presente trabalho ocupa-se em discorrer acerca da importância do papel empreendedor dos gestores das empresas de pequeno porte, bem como demonstrar as características marcantes desses administradores para o desenvolvimento e sucesso do negócio. Através da análise do plano e das estratégias de um estabelecimento do ramo de construção civil em Monte Carmelo, a saber: Júlio Cesar Materiais Para Construção demonstra as características de empresa empreendedora e pontuam-se os benefícios, destacando o resultado diferencial do olhar empreendedor e visionário da gestão. O artigo científico se justifica na medida em que o empreendedorismo é um dos maiores pilares da boa administração e norteador do sucesso empresarial, sendo que seu estudo, além de contribuir para a academia científica, auxilia os diversos pequenos empresários que estão iniciando agora e busca prestar um serviço de qualidade que gere lucro. Utilizou-se como metodologia, a pesquisa monográfica, crítica, comparativa e exploratória, tendo como abordagem os métodos dialético e indutivo. Os resultados demonstraram que o perfil empreendedor do proprietário influencia veemente nos frutos colhidos pela empresa, bem como contribui para o desenvolvimento e crescimento econômico da cidade.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo; Empresas de Pequeno Porte; Sucesso Empresarial.

ABSTRACT

This work deals with on the importance of the entrepreneurial role of managers of small companies, as well as demonstrates the outstanding characteristics of these managers for the development and success of the business. Through the analysis of the plan and strategies of a construction company in Monte Carmelo, namely: Julio César Materiais para Construção, demonstrate the characteristics of enterprising companies and score the benefits, highlighting the differential result of the entrepreneurial look and visionary management. The scientific article is justified to the extent that entrepreneurship is one of the main pillars of good management and guiding business success, and its study, besides contributing to the scientific academy, helps the various small entrepreneurs who are starting now and seek to lend a quality service that generates profit. The methodology used was the monographic, critical, comparative and exploratory research, using dialectic and inductive methods. The results showed that the owner's entrepreneurial profile influences the fruits harvested by the company, as well as contributes to the development and economic growth of the city.

¹José Alves Neto. Graduando em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. E-mail: josenetodemoura@gmail.com

²João Mafra. Docente e orientador do curso de Administração na Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

KEYWORDS: Entrepreneurship; Small Business; Business Success.

1 INTRODUÇÃO

Em que pese no Brasil um alto número de empresas registradas nos diversos ramos da atuação comercial, poucas realmente se estruturam e conseguem se reerguer diante das possíveis crises que se alastram no mercado financeiro. Isto, pois as estratégias de negócios, embora muitas vezes bem fundamentadas, não acompanham as demandas do mercado e se obstinam em guiar-se por manobras ultrapassadas.

A constante evolução das civilizações, a tecnologia e a modernização dos meios de produção facilitaram a aquisição de créditos, alteraram as formas das relações interpessoais e, conseqüentemente, modificaram a cultura consumerista. Desse modo, um negócio de sucesso hodiernamente, vai muito além de um saldo elevado de capital de investimento, sendo necessário e essencial, o emprego de visão empreendedora, inovadora e criativa do administrador, de modo a atender as necessidades do mercado e da sociedade pós-moderna.

Conceituado por Dornelas (2005) como a capacidade inerente àquele que se adapta com base nas alterações que aparecem no decorrer de seu trabalho, o empreendedorismo, considerando os conhecimentos do próprio autor, é a transformação da oportunidade em algo significativo e agregador.

Nesse sentido, todo o artigo será guiado pela perspectiva do papel norteador do empreendedorismo para o sucesso empresarial, notadamente de empresas de pequeno porte. Para certificar essa importância, um estudo de caso será feito com a empresa Júlio César Materiais para Construções, estabelecimento que se mantém no mercado há 10 anos, prestando serviço de qualidade e excelência mesmo em períodos de crise econômica.

Do caso concreto surge o problema de pesquisa que é o ponto central desse artigo, qual seja: Como o perfil empreendedor e inovador do gestor da empresa Júlio César Materiais para Construção contribui e influencia na credibilidade e sucesso do seu negócio?

Dentro do problema formulado, a hipótese básica é que a gestão empreendedora e inovadora é essencial para o bom desenvolvimento do negócio e para a prestação de um serviço de qualidade. Buscar se informar acerca dos novos produtos, estabelecer uma boa relação com os colaboradores e prestadores de serviço, prezar por segurança e conhecer o cliente, são atitudes básicas que fazem a diferença e contribuem para a manutenção do

negócio, frente aos desafios e alterações tecnológicas que ocorrem diariamente.

Dessa forma, o objetivo maior desse trabalho é fazer um estudo de caso quanto à temática na cidade de Monte Carmelo, através da análise da empresa já citada, de modo a demonstrar como esta se destaca no mercado e como o perfil empreendedor de seu proprietário valoriza o negócio, elencando assim, fatores que contribuem para o sucesso empresarial no mundo hodierno. Os objetivos específicos resumem-se em: examinar historicamente a construção do empreendedorismo; contrapor, de forma rápida e metodológica, às formas antiquadas de gerência e gestão empresarial e traçar parâmetros que busquem a finalidade da melhoria da questão, adotando idéias que busquem a inovação dos negócios.

O tema se justifica, na medida em que poderá contribuir com a produção de um conhecimento teórico-científico, baseado em um tema relevante para a Administração, e assim auxiliar para os avanços dessa ciência. Poderá ainda promover, através do estudo de caso, uma visão empreendedora, que servirá de parâmetro para os jovens administradores. Ademais, o trabalho é relevante socialmente, uma vez que demonstra a importância da boa administração não só para o crescimento pessoal do investidor, mas também para o desenvolvimento da economia local. A pesquisa tem um viés exploratório, visando maiores informações e um aprofundamento no assunto pesquisado. Quanto ao método de abordagem, serão utilizados o dialético e o indutivo, caminhando o estudo ou abordagem dos fenômenos para planos cada vez mais abrangentes.

Uma vez delimitado o problema de pesquisa, a hipótese, bem como asseverado acerca de sua relevância, objetivos e metodologia, insta esclarecer que o presente artigo será estruturado em capítulos, sendo que além dessa introdução (capítulo 1), o capítulo 2 (referencial teórico) tratará do Empreendedorismo, bem como serão tecidas considerações sobre as empresas de pequeno porte. Por conseguinte, no capítulo 3 serão apresentados os aspectos metodológicos utilizados para a realização do artigo, o capítulo 4 se dedicará a organização, os aspectos e estratégias da empresa em análise, o que foi obtido por meio de entrevistas e formulários direcionados ao gerente do negócio. Ato contínuo, apresentar-se-á no capítulo 5 a análise dos resultados, bem como verificação de confirmação da hipótese. Por fim, serão tecidas as últimas considerações com a conclusão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

As elucubrações dos objetivos expostos nesse artigo envolvem basicamente o estudo de dois temas relevantes e importantes para a Administração, a saber: o empreendedorismo e as empresas de pequeno porte. A partir dessa construção, é possível relacionar o levantamento bibliográfico com o estudo de caso, de modo a identificar o perfil do empreendedor de sucesso e conseqüentemente demonstrar as ações alusivas a um negócio inovador.

Nessa perspectiva, além de apresentar a definição de empreendedorismo, o que será feito através da reunião de conceitos de diversos doutrinadores renomados na literatura, faz-se necessária uma abordagem histórica quanto a seu surgimento e elucidação de suas características. A exposição dos escritos sobre o empreendedorismo no Brasil também é foco desse capítulo.

Outros sim, relativamente às empresas de pequeno porte, para melhor engajamento com o tema pesquisado, transfiguram-se viável discorrer sobre suas classificações e características, assim como ponderar sobre os pontos positivos e negativos que as envolvem. Insta salientar desde já, que as referidas empresas não serão objeto de estudo aprofundado, haja vista tratar de assunto amplo, complexo e multidisciplinar, sendo interessante para este trabalho, apenas questões que confrontam o objeto de pesquisa, a fim de cingir maior esclarecimento e entendimento acerca do estudo.

Empreendedorismo

Desde os primórdios da civilização, o homem precisou agir de forma empreendedora. Diante das constantes evoluções da sociedade, seja nos aspectos sociológicos, profissionais ou individuais, foram necessárias mudanças de atitudes e ações inovadoras, de modo a garantir a própria sobrevivência. Isso ocorreu na era primitiva, quando o homem se viu obrigado a modernizar seu material de caça e abrigo, na época das expedições, quando os exploradores precisavam usar a inteligência e a imaginação para criar meios de localização, na época do escambo, quando a troca inteligente de mercadorias garantia a fartura para todos, e assim em todas as fases evolutivas e mercantis até hoje.

O empreendedorismo está intimamente ligado à evolução social, sendo que da análise dessas mudanças e das recompensas alcançadas com ela, o ser humano se predispõe

de forma natural a sempre procurar inovar. Assim, como nos ensina Dolabela (1999), o empreendedorismo vive desde os primórdios da ação humana inovadora que objetivou a melhoria das relações do homem com os outros e com a natureza.

Que o homem age de forma empreendedora desde os primórdios da civilização é fato, porém, foi com a chegada do Capitalismo após a Revolução Industrial (séculos XVIII e XIX) que este começou a ser difundido como habilidade de criação e inovação.

Fabrcio Alexandre Dias, citando Clainton Schindwein, apresenta o empreendedorismo baseado na competência para criar e inovar:

“Empreendedorismo é a habilidade de criar e construir algo a partir de muito pouco ou do quase nada. É a concentração de energia no iniciar e continuar um empreendimento. É o desenvolver de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la. Mas é também a sensibilidade de individual para perceber uma oportunidade quando outros enxergam caos, contradição e confusão. É o possuir de competências para descobrir e controlar recursos aplicando-os de forma produtiva.” (SCHLINDWEIN, 2004 apud DIAS, 2007, p. 20).

O autor, além de apontar as habilidades e competências do empreendedor, mostra a importância destas se propagarem não só no início do negócio, mas também em sua manutenção, e essa ideia e concepção se repete de forma implícita em todos os outros conceitos de empreendedorismo presentes na literatura.

Caracteriza-se como empreendedor aquele que “a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades”. (CHIAVENATO, 2005, p.5)

Por outro lado, SEBRAE (2007, p.15) acredita que empreendedorismo alcança todo o processo de criação, o que gasta tempo e acarreta riscos sociais, financeiros e psíquicos, bem como pode gerar satisfação, sucesso e independência.

Leite (2000, apud CUSTÓDIO, 2011) vai mais além, incluindo na ideia do empreendedorismo, a habilidade inerente a não apenas uma pessoa, mas várias. Segundo ela, consiste basicamente na criação de algo por um grupo de pessoas ou por alguma organização, que por vontade comum em conjunto aplica esforços e habilidades em prol de algo e igualmente assume os riscos do negócio.

Ademais, o conceito de empreendedorismo se liga também à origem de sua palavra. Segundo Dolabela (1999, p. 43), o empreendedorismo pode ser visto como um “neologismo derivado da palavra entrepreneurship, utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação”.

Malgrado as diversas definições presentes na literatura científica, todas possuem traços comuns, que nos faz considerar como o núcleo do empreendedorismo, tais como inovação, flexibilidade, organização, inteligência financeira, boa estratégia de marketing, etc. Além disso, todas as idéias se ligam estreitamente com a origem do nome, que por si só já quer dizer muito e possibilita a compreensão acerca do que consiste empreender.

Empreendedorismo no Brasil

No Brasil, o interesse pelo estudo do tema é recente, especificamente no final da década de 90, muito em razão do alto número de desempregados, o que encorajou a população e despertou o interesse na abertura de negócios próprios. Embora seja um aliado, já que é um dos responsáveis pela procura e crescimento do empreendedorismo no Brasil, o fato de ser a única opção em determinados casos, o desemprego é também uma das causas motivadoras do baixo desempenho de algumas empresas e negócios, isto porque a motivação está preponderantemente ligada à necessidade e não à oportunidade ou vontade em empreender.

A abertura de um negócio apenas pela necessidade e sem motivação ou busca por conhecimento leva ao fracasso. Por outro lado, Dias (2007 apud OLIVEIRA, 1995), acredita que a sociedade influencia bastante no papel do empreendedor, bem como sobre a maneira que ele se impõe no negócio, não podendo ser caracterizado assim apenas pelas suas habilidades técnicas e talentos pessoais.

Verdade é que, embora o Brasil seja um país com uma população dotada de espírito empreendedor Dias (2007 apud SCHLINDWEIN, 2004), a falta de oportunidade, conhecimento, motivação e estratégia acabam acarretando, muitas vezes, o lapso empresarial.

A fim de apoiar e incentivar a prática do empreendedorismo e igualmente tentar diminuir essas falhas criou-se instituições para dar suporte aos empreendedores e promover cursos acerca das organizações, principalmente às pequenas empresas, a exemplo do SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (o papel dessa instituição será mais bem difundido no tópico reservado às pequenas empresas).

Em sua obra redigida em 1999, Dolabela já afirmava que nada obstante o empreendedorismo no Brasil estivesse apenas começando, os resultados alcançados já eram grandiosos e apontavam para uma revolução silenciosa, especialmente em razão da propagação de seu ensino. O autor tinha razão, a revolução foi silenciosa e rápida. Como

bem observou Fabricio Alexandre Dias (2007), citando Clainton Schlindwein, o movimento em prol do empreendedorismo no Brasil pode ser conceituado como:

“A era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.” (DIAS, 2007 apud SCHLINDWEIN, 2004).

Perceba que passaram 05 (cinco) anos desde a afirmação de Dolabela (1999), já se dizia que se vivia no Brasil a era do empreendedorismo. Hoje, quase 20 anos após, a publicação da obra, há como afirmar com certeza e segurança que o autor estava certo, o crescimento e disseminação do empreendedorismo no Brasil foi gigante e está sendo revolucionário. A escola que começou em 1981, na Fundação Getúlio Vargas, foi só o início do que hoje é um dos temas mais atuais e falados não só na Administração, mas nas diversas áreas que se relacionam, como marketing e gestão.

De fato, nada obstante os diversos problemas sociais, econômicos e políticos que o Brasil enfrenta o que afeta severamente o setor privado e a classe empresarial, um trabalho estratégico, que envolva motivação, apoio, dedicação e inovação, é essencial para o perfil empreendedor e pode mudar a realidade das empresas muito positivamente. A construção de uma visão empreendedora é desafiadora e requer além de características e habilidades de um bom administrador, características pessoais, que juntadas ao meio social, refletem no sucesso do empreendimento. O resultado do estudo da bibliografia dessas características será pontuado no próximo tópico.

Características do empreendedor

Dúvidas não restam de que o empreendedorismo é de suma importância para o bom desenvolvimento e sucesso das empresas. Assim, traçar as características do ser empreendedor além de ser relevante, é imprescindível para a lógica científica empregada nesse artigo.

Segundo Leite (2000), empreendedor é aquele que possui uma boa imaginação, iniciativa, flexibilidade e criatividade. Essas são, sem dúvidas, algumas das várias características que norteiam o empreendedor.

Para SEBRAE (2007), citado por Custódio, os empreendedores possuem as seguintes características: a) iniciativa, ou seja, habilidade de agir sem ser provocado por

outrem; b) busca de oportunidades, que consiste no aproveitamento das oportunidades já existentes e criação daquelas que estão a seu alcance; c) persistência, ou seja, a capacidade de não desistir quando os desafios e dificuldades começarem a aparecer; d) busca de informação ou conhecimento é essencial o estudo para a tomada de decisões lógicas e seguras; e) prezar pela qualidade do trabalho, o que requer a manutenção de serviços e produtos de alto nível para oferecer ao mercado; f) eficiência, ou seja, otimização do tempo e do dinheiro; g) autoconfiança, que é basicamente estar seguro de si para gerir e administrar o negócio; i) persuasão, capacidade de convencer o outro; j) humildade, reconhecendo suas limitações no tempo certo; k) comprometimento, tanto com os compromissos quanto com os contratos realizados; l) assertividade, ser firme na resolução de problemas e tomada de decisões; m) monitoramento, ou seja, assegurar que o trabalho seu e do outro está em conformidade com o estabelecido; n) perícia, preparo técnico na sua área de atuação; o) planejamento sistemático, usar estratégias lógicas e objetivas e p) resolução de problemas, competência para alterar o plano com inteligência. (SEBRAE, 2007 apud Custódio, 2011).

Percebe-se que todos os adjetivos necessários para ser um bom empreendedor relacionam-se com a inovação e melhorias. O empreendedor, além de saber gerir e administrar bem as finanças e o pessoal deve criar um ambiente de trabalho agradável, oferecendo produtos e serviços de alta qualidade, estando sempre atento às mudanças que ocorrem no mercado, de modo que seu estabelecimento corresponda sempre às expectativas de seus clientes.

Insta alertar que inovação não é o mesmo que novidade. Nem sempre um produto que é novo, é inovador. A esse respeito, brilhantemente nos ensina Nívea Alves de Almeida (2016):

“Implantar uma coisa nova na empresa não significa que ela seja inovadora. Inovação parte do princípio de que existe um objetivo a ser alcançado. Para isso, existe um cronograma e pontos de checagem, que definem a direção e a velocidade certas para se chegar ao resultado esperado. As empresas mais inovadoras, além de gerarem um fluxo constante de boas ideias, também se beneficiam de uma “cultura de inovação” que solicita, captura, prioriza e implementa novas abordagens para praticamente todos os aspectos das operações, desde a criação de produtos até a melhoria de processos.” (ALMEIDA, 2016, p.26).

Além das características intrínsecas aos empreendedores, existem na doutrina da administração, os tipos de empreendedores. Porém, pensando na didática desse artigo, discorrer-se-á sobre os traços desses empreendedores, quando do debate acerca do perfil do

empreendedor de pequenas empresas.

Microempresas e empresas de pequeno porte

Não há um sistema universal que caracteriza e classifica as microempresas e empresas de pequeno porte no mundo, ficando assim, a cargo de cada Estado (país) estabelecer as diretrizes e leis que regem os referidos negócios.

No Brasil, as microempresas e empresas de pequeno porte, também conhecidas como MPes, são reguladas pela Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, instituída em 2006. Além de possibilitar aos pequenos empresários a opção pelo Simples Nacional, ou seja, sistema menos oneroso de tributação, a lei assegura diversas desburocratizações, de modo a incentivar os pequenos negócios no Brasil.

Segundo dados retirados do sítio do SEBRAE, órgão, como já mencionado em tópicos anteriores, constituído para apoiar e incentivar o empreendedorismo, notadamente dos pequenos empresários, caracteriza-se como microempresa, aquela sociedade ou empresário que auferir uma receita bruta igual ou inferior a R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) por ano. Uma vez ultrapassado esse valor, até o limite de R\$4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil) a sociedade pode ser caracterizada como de pequeno porte. Existe ainda, o micro empreendedor: aquele empresário que auferir receita bruta anual de até R\$81.000,00 (oitenta e um mil reais), porém, uma vez empregado nessa condição, o empresário não pode contratar mais de um funcionário, nem tampouco, ser sócio ou titular de outro empreendimento.

Fato é que as microempresas e empresas de pequeno porte são importantes fontes de renda para as famílias brasileiras, além de movimentarem de forma acentuada a economia do país, o que reflete inclusive no Produto Interno Bruto (PIB) deste.

No entanto, em que pese exista o SEBRAE e outros órgãos para dar suporte, promover cursos e apoiar os pequenos empresários, o número de microempresas e empresas de pequeno porte que fecham as portas diariamente são tão altos quanto o número de empresas que são registradas.

Diversos autores apresentam as várias causas que podem gerar a mortalidade das empresas, a falta de recursos, a falta de confiança, a influência da família e até fatores externos e que não estão ao alcance dos empresários, são exemplos do que pode diminuir o tempo do negócio no mercado.

Segundo Albuquerque (2013), grandes fatores que levam a mortalidade das

empresas estão ligados aos seus dirigentes e gerentes. Verdade é que depois do estudo pormenorizado acerca do empreendedorismo, não há como negar ou discordar de Albuquerque.

Nesse sentido é o posicionamento de Lucas Ribeiro (2016), citando Deitos:

“Para as MPEs uma maneira de alcançar sucesso é por meio de um processo inovador, utilizando melhor as suas vantagens e reduzindo as desvantagens. As MPEs devem ser eficientes, adaptativas e flexíveis, uma vez que a empresa precisa manter a sustentabilidade em tempos de mudanças, pois a única vantagem competitiva de longo prazo que elas possuem é uma postura que privilegie a inovação contínua e sustentada.” (DEITOS, 2002 apud RIBEIRO, 2016, p. 13).

O gestor tem papel fundamental para o sucesso do empreendimento, sendo que a adoção de uma postura empreendedora e inovadora é uma das grandes formas de combater o fracasso e prolongar a vida das empresas de pequeno porte no mercado.

Perfil do empreendedor das empresas de pequeno porte

Assim como demonstrado em tópico anterior, existem características inerentes aos empreendedores, o que é essencial para uma visão inovadora e empreendedora para a construção de uma empresa de sucesso.

Ocorre que além de características básicas e comuns a todos, existe na literatura a classificação dos empreendedores por tipos. Fillion (1999), a partir da análise de alguns critérios, como por exemplo, hierarquia, controle, informação e liderança, identificaram-se seis tipos de proprietários-gerentes de pequenos negócios, a saber: o lenhador, o sedutor, o jogador, o hobbysta, o convertido e o missionário.

O empreendedor lenhador possui atitudes mais práticas ligadas ao trabalho, gosta de produzir e não de se relacionar, produzir muito e com qualidade. Esse perfil é o tipo mais comum de empreendedor. Já o empreendedor sedutor é sociável e livre, se empenham verdadeiramente no negócio, porém desiste e cede ao que foi construído com a mesma facilidade. Por ter um grande networking, sempre possui pessoas interessadas em seu trabalho, seja para comprar o empreendimento, seja para contratá-lo a um novo. Os jogadores são definidos por Fillion (1999), como aqueles que fazem do negócio, um meio para satisfazerem vontades pessoais, ou seja, o suporte financeiro para realização de anseios materiais, o autor exemplifica o jogador, como a quarta geração de um negócio familiar.

Curiosamente, os hobbystas são como os jogadores, porém ao inverso. Eles colocam todas as suas forças e finanças para a construção do negócio, geralmente possuem trabalhos oficiais, onde realizam tarefas de forma mediana ou até precária, uma vez que economizam energias para seu próprio empreendimento.

O empreendedor convertido, por sua vez, é aquele que fez uma grande descoberta ou que de alguma forma se encontrou no negócio e faz dele o seu objetivo maior de vida, geralmente possui grandes chances de ser bem-sucedido. Por fim, o empreendedor missionário, que é quem ama o seu negócio e o compreende como ninguém. Nas palavras de Fillion (1999), muitas vezes, os missionários são os convertidos que alcançaram o sucesso, possuem uma visão ampla de tudo e todos e assim delegam tarefas de modo a sempre aprimorar o negócio.

Os tipos de empreendedores são resultado dos estudos do autor supracitado que conseguiu usar de metáforas para explicar como se portam os gestores e administradores de determinada empresa. Em que pese não tenha definido expressamente qual o perfil melhor se encaixa com os das pequenas empresas, é possível tecer algumas conclusões sobre a literatura apresentada por Fillion (1999): a primeira, é que geralmente, os gestores de empresas de pequeno porte são seus próprios criadores ou gerentes; nenhum empreendedor possui características e capacidades únicas de somente um tipo de Proprietários-gerentes, mas sim, habilidades e práticas que predominam com determinado tipo; é possível a evolução de um perfil para outro.

Assim, as características do empreendedor somadas à busca por atitudes de um tipo missionário, são formas de gerir um negócio com a menor chance de mortalidade empresarial e maior chance de êxito no negócio.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Tipo de pesquisa

Considerando o objetivo principal do trabalho, qual seja a demonstração sobre a importância do empreendedorismo para o sucesso empresarial, notadamente em empresas de pequeno porte, optou-se pela realização de uma pesquisa exploratória. Esse tipo de pesquisa permite o desenvolvimento e o esclarecimento de ideias, já que parte de problemas e hipóteses precisas, que propiciam o estudo pormenorizado do objeto pesquisado Gil (2007).

Assim, visando maiores informações sobre o tema e através de autores como Maria Elisa Brandão Bernardes, Louis Jacques Filion e Fernando Dolabela buscou-se o estudo profundo e exaustivo do assunto, de maneira a permitir a investigação do amplo conhecimento existente sobre o tema, visando identificar e analisar quaisquer informações relevantes para responder a questão indicada como problema do estudo: “Como o perfil empreendedor e inovador do gestor da empresa Julio César Materiais para Construção contribui e influencia na credibilidade e sucesso do seu negócio?”, traçando ainda parâmetros informativos e apresentando dados que coadunam a pesquisa.

Procedimento metodológico

Método (s) de abordagem

Os métodos de abordagem utilizados foram o dialético e o indutivo, partindo da ação recíproca dos fenômenos, de modo que o estudo foi guiado para planos cada vez mais amplos, indo da constatação particular da empresa estudada para a aplicação das empresas de pequeno porte de um modo geral.

Método (s) de procedimento

Os métodos de procedimento consistiram no monográfico, crítico e o comparativo. Fez-se uma pesquisa de aprofundamento sobre o assunto em todos os seus ângulos e aspectos, sendo que através dos dados e informações coletadas na empresa estudada, foi possível tecer críticas e comparações junto a pesquisa bibliográfica realizada, conforme apresentado no referencial teórico.

Procedimento(s) técnico(s)

Os procedimentos técnicos utilizados foram a pesquisa bibliográfica, caracterizada pelo levantamento de referências bibliográficas a respeito do tema e o estudo de caso, que consiste na investigação intrínseca do objeto, que no caso em tela foi a empresa Julio Cesar Materiais Para Construção. A busca por informações e fundamentações se caracterizou a partir de livros e artigos científicos e também, na investigação da realidade social com a procura de informações e dados através de técnicas de pesquisa documentais da empresa.

4 A EMPRESA OBJETO DO ESTUDO DE CASO

Identificação

Número de inscrição no CNPJ: 08.825.963 / 001-36

Data de abertura: 01/07/2007

Nome empresarial: Julio Cesar Materiais de Construção Ltda.

Endereço: Rua Riachuelo, nº 41, Letra A, Bairro Boa Vista, Monte Carmelo/MG. Situação cadastral: Ativa

Código e descrição da atividade econômica principal: 47.44.0-99

Código da descrição da natureza jurídica: 206-2 – Sociedade Limitada.

Evolução

Conforme demonstrado no referencial teórico, muitas empresas de pequeno porte surgem ou do desemprego, ou da vontade de empregados de se tornarem seus próprios chefes, com a empresa de materiais de construção analisada não foi diferente. Júlio Cesar sempre teve espírito empreendedor e, assim, sonhava em abrir seu próprio negócio.

Certo dia, em uma reunião familiar, descobriu que seu cunhado compartilhava do mesmo desejo, momento que surgiu a possibilidade de uma parceria. Após muitas conversas e depois de descartarem a ideia inicial, que era a produção de palitos de picolé, isto, pois nenhum dos dois possuía conhecimento técnico para gerir uma empresa desse ramo, o objeto da atividade foi decidido: comércio de materiais de construção.

Júlio César tinha experiência no ramo da construção civil, além de ter auxiliado sua mãe na construção de um prédio que possuía um ponto de comércio no térreo. Assim, o primeiro passo em direção a uma de suas melhores escolhas de vida foi dado. A loja que foi inaugurada em 01 de julho de 2007 com 04 (quatro) funcionários, hoje é referência no mercado de Monte Carmelo e região no setor da construção civil. Júlio comprou o investimento do cunhado e atualmente é o único proprietário, além de ser o gestor da loja que conta com 10 (dez) funcionários.

Estrutura organizacional

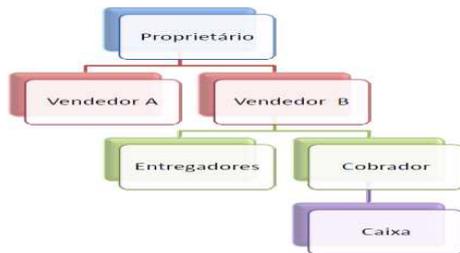


Figura 1: Organograma da empresa Julio Cesar materiais para construção Ltda

Fonte: Autor

A administração da empresa é feita pelo Sr. Júlio Cesar, que também é responsável pela gerência de forma geral, bem como pelo setor financeiro, administrativo e de recursos humanos. O proprietário é apto para fazer todas as atividades na loja, porém sua maior responsabilidade é fazer o controle de mercadorias, conferindo tudo que sai e entra, bem como realizando compras e assinando notas.

Os 10 (dez) funcionários são distribuídos entre vendedores, cobrador, operador de caixa e entregadores, (vide figura 1). Os vendedores são os responsáveis pela recepção e atendimento dos clientes, sendo que são treinados e orientados a prestar atendimento de qualidade, proporcionando comodidade a quem entra na loja, oferecendo os melhores produtos para cada perfil de consumidor. Possuem, ainda, autonomia para negociar valores e formas de pagamento, tudo em condições pré-estabelecidas com o proprietário; o cobrador por sua vez, controla o vencimento de notas e realiza trabalho interno e externo de comunicação com clientes inadimplentes afim de evitar prejuízo ao negócio, tudo de forma séria e educada, para que não haja constrangimentos; o operador de caixa é basicamente o responsável pelo recebimento das mercadorias vendidas. Além disso, quem ocupa essa função controla as notas fiscais e os boletos referentes à compra de mercadoria, por fim, os entregadores realizam o serviço de entrega das mercadorias vendidas, prezando pela segurança e conservação dos produtos.

Todos possuem uma ótima relação com seu gestor, o que possibilita um ambiente harmônico e agradável.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

Da análise da empresa, fruto do estudo pormenorizado de suas características bem como da forma de administrar do proprietário, foi possível verificar que a organização atua de forma empreendedora, fato que influencia significativamente em seu sucesso empresarial.

A hipótese se confirma pelas seguintes constatações: a) desde a constituição da empresa, o proprietário se preocupou em inaugurar algo em que ele já possuía experiência e conhecimento, ou seja, não abriu o negócio de forma precipitada e sem estudar o mercado; b) uma vez inaugurada e com o crescimento contínuo, o proprietário não olvidou esforços para a contratação de mais funcionários para auxílio na manutenção de um serviço prestado com qualidade; c) domina o ramo com que trabalha e sendo assim, conhece e administra todos os setores do seu negócio; d) o proprietário entende a necessidade de delegar funções; e) o proprietário possui facilidade na gestão de pessoas e assim propicia um ambiente harmônico, que surte efeitos no bom atendimento; f) os clientes são prioridades, sendo que o administrador procura conhecer e traçar o perfil de cada um, de modo a prestar um serviço diferenciado e de qualidade; g) por conhecer o perfil de seus clientes e a demanda da cidade, tem sempre em estoque produtos inovadores e que geram satisfação; h) o proprietário preza por capacitação, sendo que dialoga com seus funcionários e os orienta constantemente; i) controla a compra das mercadorias e visa estratégias que possibilitem a realização de promoção para os clientes; j) todas as mercadorias são condicionadas de maneira segura, o que evita o prejuízo e proporciona qualidade no serviço prestado.

Nesse sentido, demonstrou possuir características inerentes a empreendedores de sucesso, uma vez que age com criatividade, responsabilidade, possui habilidade para planejamentos, conhecimento técnico sobre a área em que atua, liderança, capacidade de gerir pessoas, capacidade de delegar funções, além de habilidade para lidar com crises e resolver problemas.

Assim, considerando o tamanho da cidade em que está situada, bem como a vasta concorrência do mercado, já que existem outras empresas que oferecem o mesmo produto, conclui-se que o negócio estudado é de sucesso, pois apesar de todas as adversidades que possam aparecer, continua firme e sem deixar que a qualidade do atendimento e dos produtos seja atingida; tudo isso, fruto de um plano de negócio bem estruturado e de um olhar e gerência/administração empreendedora.

A empresa cumpre ainda com seu papel social, já que gera empregos e circulação

de dinheiro, contribuindo para a economia local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como foi proposto inicialmente, o estudo de caso aqui realizado se preocupou em demonstrar a importância do empreendedorismo para o sucesso empresarial, notadamente das empresas de pequeno porte.

A vasta e rápida modernização dos meios de comunicação e acesso a informação alterou e altera significativamente e diariamente o perfil dos consumidores no Brasil e assim requer uma visão inovadora e criativa dos gestores e gerentes de empresas, de modo a garantir a manutenção da qualidade na prestação de seus serviços.

Com ajuda da literatura foi possível conceituar o empreendedorismo, bem como expor de forma rápida seu surgimento e evolução asseverando, através do estudo do trabalho de diversos autores, sobre como ele foi largamente difundido no Brasil e como é essencial para a vitalidade das empresas.

Nesse sentido, o problema apresentado, qual seja: “Como o perfil empreendedor e inovador do gestor da empresa Júlio César Materiais para Construção contribui e influencia na credibilidade e sucesso do seu negócio?”, foi solucionado através do estudo pormenorizado acerca de como o citado administrador dirige seu negócio e lida com os problemas diversos que surgem em seu caminho.

A hipótese foi igualmente confirmada, sendo que dúvidas não restaram sobre como a utilização do empreendedorismo como estratégia de negócio é um diferencial no mercado hodierno.

A concordância do empresário com a relação a pesquisa foi de suma importância, pois contribuiu para fomentar e difundir o estudo do empreendedorismo no Brasil, bem como a formação de jovens e adultos que serão beneficiados com o material, resultado desse estudo.

É necessário manter sempre essa postura, quanto mais a sociedade tomar consciência de que existem outros caminhos, que o conhecimento técnico e a boa comunicação / relação podem fazer a diferença no negócio, menor o número de empresas falidas e diminuição do desemprego no Brasil, fator que já torna-se preocupante. O

empreendedorismo contribui para o sucesso empresarial que contribui para economia e gera empregos, e assim, através dessa cadeia de ações, a administração ajuda a construir um país melhor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Alexandre Farias. **Fatores de mortalidade de pequenas empresas: a análise de empresas do setor varejista a partir do ciclo de vida organizacional.** 2013. 339 f. Tese (Doutorado) - Escola de Engenharia de São Carlos, São Paulo, 2013.

ALMEIDA, Nívia Alves. **Empreendedorismo e inovação: Um estudo junto aos servidores do Instituto de Ciências Agrárias da UFMG.** Tese (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016. Disponível em: http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUOS-ARLK9C/empreendedorismo_e_inova_o.pdf?sequence=1. Acesso em: 10 de outubro de 2018

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

CUSTÓDIO, Telma Padilha. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio.** 2011.62 f. Monografia (TCC) - Centro Universitário Católica Salesiano Auxilium. Lins, São Paulo, 2011. Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/53972.pdf>. Acesso em 07 de out. de 2018.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Campus, 2005.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor.** 6 ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DIAS, Fabrício Alexandre. **O PERFIL DO EMPREENDEDOR E OS ASPECTOS SÓCIO-DEOGRÁFICOS DO MOVIMENTO DENOMINADO “CAMELÓDROMO”:**

Um estudo em Balneário Camboriú. 2007. 69 f. Monografia (TCC) - Universidade do Vale do Itajaí, Balneário, 2007. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Fabricio%20Alexandre%20Dias.pdf>. Acesso em 09 de out. 2018.

FILLION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios.** Revista de Administração, São Paulo v.34, n.2, p.05-028, abri/junho 1999.

GIL, Antônio Carlos. **MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA SOCIAL.** São Paulo: Editora Atlas, 2008.

LEITE, E. **O Fenômeno do Empreendedorismo.** Recife: Bagaço, 2000.

RIBEIRO, Lucas da Rocha. **MICRO E PEQUENAS EMPRESAS:**

DESAFIOS, OPORTUNIDADES E MECANISMOS DE SOBREVIVÊNCIA. 2016.38 f. Monografia (Artigo de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Rondônia. Cacoal, Rondônia, 2016. Disponível em: <http://www.ri.unir.br/jspui/bitstream/123456789/703/1/TCC%2026%2002%202016>. Pdf. Acesso em 07 de out. de 2018

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo.** São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67 p.