



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA – DAEC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

ÁGUIDA TAMIRES PESSOA DE OLIVEIRA

**ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR DAS BORDADEIRAS DA
COOBAN DE ALAGOA NOVA – PB**

**CAMPINA GRANDE – PB
2018**

ÁGUIDA TAMIRES PESSOA DE OLIVEIRA

**ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR DAS BORDADEIRAS DA
COOBAN DE ALAGOA NOVA – PB**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC),
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, em cumprimento às exigências para
obtenção do grau de Bacharela em
Administração.

Área de Concentração: Empreendedorismo.

Orientadora: Profa. Dra. Yêda Silveira Martins
Lacerda.

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

O48a Oliveira, Aguida Tamires Pessoa de.
Análise do perfil empreendedor das bordadeiras da
Cooban de Alagoa Nova – PB [manuscrito] / Aguida Tamires
Pessoa de Oliveira. - 2018.
25 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Sociais Aplicadas , 2018.
*Orientação : Profa. Dra. Yêda Silveira Martins Lacerda ,
Departamento de Administração e Economia - CCSA.*
1. Empreendedorismo. 2. Perfil empreendedor. 3.
Bordadeiras. I. Título

21. ed. CDD 658.9

ÁGUIDA TAMIRES PESSOA DE OLIVEIRA

**ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR DAS BORDADEIRAS DA
COOBAN DE ALAGOA NOVA – PB**

10,0 (dez)

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC),
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, em cumprimento às exigências para
obtenção do grau de Bacharela em
Administração.

Área de Concentração: Empreendedorismo

Aprovada em: 20/11/2018

BANCA EXAMINADORA

Yêda Silveira Martins Lacerda

Profa. Dra. Yêda Silveira Martins Lacerda (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Viviane Barreto Motta Nogueira

Profa. Dra. Viviane Barreto Motta Nogueira (Examinadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Maria Djalma Guedes

Profa. Ma. Maria Djalma Guedes (Examinadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me concedido saúde e sabedoria para seguir em busca dos meus sonhos e objetivos.

Aos meus pais, Ana Maria e Severino, que estão sempre ao meu lado e não medem esforços para me auxiliar e sempre me ver feliz.

Ao meu filho, Pietro Henrique, por ser a razão maior que me dar forças e coragem para superar quaisquer obstáculos na vida e por me proporcionar momentos de extrema alegria.

Aos meus irmãos, Annelise Raquel, Airton André e Marcos Felipe, por serem sempre meus companheiros.

Ao meu amor, Carlos Roberto, por sempre está ao meu lado, incentivando-me e aconselhando-me nos momentos mais importantes da minha vida.

A minha orientadora, professora Dra. Yêda Silveira Martins Lacerda, que sempre esteve disposta a ajudar-me, em especial a Professora Maria Dilma Guedes que contribuiu, auxiliando-me em todas as etapas do meu estudo. Bem como a Professora Viviane Barreto Motta Nogueira que aceitou meu convite para participar da banca examinadora deste trabalho.

A todos os meus amigos, que me apoiaram durante todos esses anos, torcendo sempre pela minha vitória.

À Universidade e todo o seu corpo docente e administrativo, que me proporcionaram imensa alegria e gratidão em fazer parte desta instituição, absorvendo conhecimentos e construindo um sonho.

Muito obrigada!

Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo não tendo forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou. É ter consciência de que quem vence sem obstáculos, triunfa sem glória. É não esperar uma herança, mas construir uma história...

(Augusto Cury)

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	REFERENCIAL TEÓRICO	8
2.1	EMPREENDEDORISMO	8
2.2	EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL	9
2.3	PERFIL EMPREENDEDOR	10
2.4	COOBAN	11
3	METODOLOGIA	12
3.1	TIPOS DE PESQUISA.....	12
3.2	UNIVERSO DA PESQUISA	13
3.3	INSTRUMENTO DA PESQUISA.....	13
4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	14
4.1	DIMENSÃO 1 - CRIATIVIDADE E CAPACIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO	14
4.2	DIMENSÃO 2 - DISPOSIÇÃO PARA ASSUMIR RISCOS.....	15
4.3	DIMENSÃO 3 - PERSEVERANÇA E OTIMISMO.....	16
4.4	DIMENSÃO 4 - SENSO DE INDEPENDÊNCIA	17
4.5	RESULTADO GERAL DAS DIMENSÕES	18
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
	ABSTRACT	23
	REFERÊNCIAS	23

ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR DAS BORDADEIRAS DA COOBAN DE ALAGOA NOVA – PB

OLIVEIRA, Águida Tamires Pessoa de¹
LACERDA, Yêda Silveira Martins²

RESUMO

O empreendedorismo vem ganhando cada vez mais importância, por contribuir com o crescimento econômico e desenvolvimento social, atendendo as necessidades e desejos das pessoas através de produtos e serviços que se reinventam constantemente. O objetivo desta pesquisa foi analisar o perfil empreendedor das bordadeiras da COOBAN de Alagoa Nova – PB. A metodologia utilizada quanto aos fins, foi uma pesquisa descritiva de caráter exploratório; quanto aos meios, foi bibliográfica, de campo e estudo de caso; enquanto que a abordagem foi quantitativa. O universo da pesquisa corresponde a 15 bordadeiras. O instrumento utilizado foi um questionário, contendo 20 assertivas, adaptado do modelo de Maximiano (2006). Nos resultados da pesquisa, em todas as dimensões a maioria disse Sempre, destacando-se por ordem de importância: Perseverança e otimismo; Criatividade e Capacidade de Implementação; Senso de independência; e Disposição para assumir riscos.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Perfil empreendedor. Bordadeiras.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade vem evoluindo de forma diferente em relação ao mundo dos negócios. E o empreendedorismo tem tido um grande impacto mundial, tornando-se muito mais competitivo e amplo nessas transformações no mercado. O economista Joseph Schumpeter, em 1945, foi o pioneiro pela propagação do conceito de Empreendedorismo, em sua teoria da Destruição Criativa.

Para Schumpeter (1997), o empreendedor contribui para o desenvolvimento e crescimento econômico, já que é o responsável por encontrar soluções vantajosas para as mais diversas causas, criando com ousadia e inovando com habilidade novos produtos e serviços, a fim de suprir desejos e necessidades dos consumidores.

Dornelas (2012, p. 10) “O empreendedorismo tem sido o centro das políticas públicas na maioria dos países. O crescimento do empreendedorismo no mundo se acelerou na década de 1990 e aumentou em proporção nos anos 2000 [...]”. Ou seja, o empreendedorismo é o grande agente para o progresso econômico, criando emprego e renda. Logo, é tão importante

¹ Graduanda em Administração pela UEPB. E-mail: <aguidatam@hotmail.com>

² Professora Orientadora. Dra em Administração pela USC, Paraguai. E-mail: <yedasilveira@hotmail.com>

que os governos locais e as organizações privadas incentivem e apoiem essa atividade, concedendo crédito e financiamento, com uma condição, a análise do plano de negócio.

O Brasil não tinha o conhecimento do que era empreendedorismo e não existia estímulo para criações de empresas, pois o cenário político e econômico que o país vivia não era ideal para disseminar informações sobre como empreender. Na década de 1990, isso mudou, com a criação de entidades como o Serviço Brasileira de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade para a Exportação de *Software* (SOFTEX), que davam apoio a esse movimento. Segundo Ferreira (2017), o Brasil se manteve na 98ª colocação no ranking mundial de empreendedorismo Global Entrepreneurship Index (GEI). Levando em conta a tendência de crescimento do País.

O empreendedorismo feminino vem ganhando destaque em diversos setores da economia, contribuindo para autonomia financeira das mulheres. De acordo com o SEBRAE (2016), as mulheres representavam cerca de 47% dos Microempreendedores Individuais (MEIs) em 2014, totalizando 2.154.580 empreendedoras no Brasil.

O perfil empreendedor é analisado segundo Maximiano (2006), por traços comportamentais, ou seja, manifestações em grau e intensidade diferentes em diversas pessoas, logo, são classificados em: criatividade e capacidade de implementação; disposição para assumir riscos; perseverança e otimismo; e senso de independência. Que são variáveis de um indivíduo para outro, que de forma distinta identificam e caracterizam o tipo de perfil do empreendedor.

A COOBAN foi fundada em 2004, por um grupo de artesãs, é composta e sustentada por 15 mulheres. As bordadeiras trabalham com algumas técnicas como o rococó, matiz, meio-ponto, pingue-pongue e sombra que dão formas às linhas coloridas, criando flores e pássaros da região, balões de São João, e capelas. Bordam vestuários, toalhas de mesa, guardanapos, jogos americanos, passadeiras de mesa, almofadas, entre outras peças. Neste sentido, questiona-se: Qual o perfil empreendedor das bordadeiras da COOBAN de Alagoa Nova – PB?

O objetivo deste artigo é analisar o perfil empreendedor das bordadeiras da COOBAN de Alagoa Nova – PB.

Considerando, que o empreendedorismo feminino vem se destacando em vários setores da economia, seja pela necessidade ou pela oportunidade em trabalhar em algo que lhe satisfaça, muitas mulheres têm empreendido em Alagoa Nova. As atividades são as mais diversas e o artesanato tem obtido um crescimento notável. Neste contexto, justifica-se a

importância de analisar o perfil dessas mulheres participantes da Cooperativa das Bordadeiras de Alagoa Nova (COOBAN).

Desta forma este artigo dispõe da seguinte forma: Resumo, Introdução, Referencial Teórico, Metodologia, Apresentação e Análise dos Resultados, Considerações Finais, Abstract e Referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

O cenário mundial vive transformações constantemente e não poderia ser diferente em relação ao mundo dos negócios. A necessidade de inovação para coisas que já existiam, se intensificou, principalmente no século XX, onde o estilo de vida das pessoas requeria invenções revolucionárias. Portanto, as organizações começaram a dar maior importância ao empreendedorismo, exigindo velocidade e dinamismo para encontrar soluções vantajosas para seus produtos e serviços.

A palavra empreendedorismo se origina da língua francesa *entreprendre*, que significa “fazer algo”, designando o sentido à ação de empreender. Esse termo foi incorporado à língua inglesa como *interpreneur* e, posteriormente foi trazido para o português.

Chiavenato (2012) referencia vários autores que foram percussores na abordagem do termo empreendedorismo, que por ventura eram todos economistas. Como Richard Cantillon, que em 1725 usou o termo para caracterizar um indivíduo capaz de assumir riscos. Jean-Baptiste Say, que em 1814, destacava a importância do empreendedor no sistema econômico. Carl Menger, que em 1871, caracterizava o empreendedor como um indivíduo visionário, antecipando necessidades futuras. Ludwig von Mises, que em 1949, afirmava um empreendedor como aquele capaz de tomar decisões. E Friedrich von Hayek, que em 1959, foi mais além ao afirmar que o empreendedorismo não assumia apenas riscos, mas a capacidade de descobrir oportunidades de mercado por parte dos próprios atores sociais.

Para Schumpeter (1997), o empreendedor contribui para o desenvolvimento e crescimento econômico, já que ele é o responsável por encontrar soluções vantajosas para as mais diversas causas, criando com ousadia e inovando com habilidade novos produtos e serviços, a fim de suprir desejos e necessidades dos consumidores.

Conforme Dornelas (2012, p. 10), “O empreendedorismo tem sido o centro das políticas públicas na maioria dos países. O crescimento do empreendedorismo no mundo se

acelerou na década de 1990 e aumentou em proporção nos anos 2000 [...]”. Ou seja, o empreendedorismo é o grande agente para o progresso econômico, criando emprego e renda. Logo, é tão importante que os governos locais e as organizações privadas incentivem e apoiem essa atividade, concedendo crédito e financiamento, com uma condição, a análise do plano de negócio.

Segundo Bernardi (2003, p. 63), “A ideia de um empreendimento surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo”. Caracteriza-se pela habilidade de qualquer pessoa ser capaz de criar ou inovar formas de negócio, para suprir necessidades atuais e futuras.

Acerca do empreendedorismo, Mendes (2009, p. 7), afirma que “colocá-lo em prática requer habilidades, características, virtudes, comportamentos e conhecimentos específicos que não são encontrados em fontes de literatura específica”. Esse conjunto de características do empreendedor é o que proporciona diversas histórias de sucessos.

Um conceito mais atual é definido pelo SEBRAE (2016), empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impactos no cotidiano das pessoas.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

No Brasil o conceito empreendedorismo alcançou um maior desenvolvimento na década de 1990, com a criação de entidades como o SEBRAE, que é um órgão que propicia todo o suporte necessário para aquelas pessoas que desejam iniciar um novo negócio ou para aquelas que precisam de uma consultoria para corrigir problemas organizacionais. E a SOFTEX, por sua vez, foi criada com um intuito de transformar o Brasil em um centro de excelência na produção e exportação de software, dando oportunidade de capacitação em gestão e tecnologia para os empresários.

Um empreendedor precisa ter a coragem de assumir riscos, identificar oportunidades e ser inovador, mesmo que esteja cercado de incertezas da probabilidade do sucesso. Para Dolabela (2006), o empreendedor é um indivíduo insatisfeito que busca ideias positivas para si e para os outros, sendo considerado um agente de mudanças.

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em pesquisa realizada em 2017 revela que, no Brasil, a taxa total de empreendedorismo (TTE) foi de 36,4%, o que significa que de cada

100 brasileiros e brasileiras adultos (18 – 64 anos), 36 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora, quer seja na criação ou aperfeiçoamento de um novo negócio, ou na manutenção de um negócio já estabelecido. Ou seja, uma estimativa de 49.332.360 milhões de pessoas empreende, e é importante salientar que desse valor quase 24 milhões, 35,0% são mulheres.

De acordo com Lages (2008), mesmo comprovando maior escolaridade que os homens, as mulheres ainda são limitadas a ocuparem determinadas posições no mercado, além de receberem remunerações e condições de trabalho inferiores.

No Brasil, apesar da cultura machista em que os homens resistem em ser comandados por mulheres, elas estão galgando cada vez mais espaço na economia e têm se destacado no empreendedorismo não apenas para realização financeira, que é um dos motivos que mais pesam para os homens, mas para exercerem funções que lhes tragam satisfação pessoal.

Além disso, investem na educação de suas famílias, possibilitando o crescimento de mais pessoas. Talvez, seja pelo instinto maternal, onde as mulheres querem representar um diferencial, proporcionando algo positivo e novo para o mundo. Desta forma, contribuem para o desenvolvimento do país.

2.3 PERFIL EMPREENDEDOR

Diversos estudos têm sido feitos sobre o comportamento do empreendedor. Filion (1999), diz que não existe um perfil psicológico pré-definido, ou mesmo um modelo de referência para alcançar o sucesso, pois as características empreendedoras se diferenciam de acordo com os tipos de negócios e as áreas de atuação e só são desenvolvidas na prática.

O empreendedor de sucesso é aquele indivíduo que vai a procura das oportunidades. A falta de emprego condiciona cada vez mais as pessoas a criarem seus próprios negócios, a fim de gerar renda e satisfação pessoal. Dentre as mais diversas características dos empreendedores, podemos dizer que comprometimento, criatividade, otimismo, energia e conhecimento no ramo que atuam se encaixam perfeitamente.

Bernardi (2003) define como características de um perfil empreendedor: o senso de oportunidade, a dominância, agressividade e energia para realizar, autoconfiança, otimismo, dinamismo, independência, persistência, flexibilidade e resistência a frustrações, criatividade, propensão ao risco, liderança carismática, habilidade de equilibrar sonho e realização, habilidade de relacionamento.

Para Maximiano (2006, p. 3-4), o perfil empreendedor é analisado por traços comportamentais, ou seja, manifestações em grau e intensidade diferentes em diversas pessoas e são classificadas em:

1. **Criatividade e capacidade de implementação** – O empreendedor, em essência, é a pessoa que tem capacidade de idealizar e realizar coisas novas. [...] Outras pessoas, ao contrário, podem ser apenas criativas ou apenas implementadoras, sem a habilidade de combinar esses dois traços básicos de comportamento.
2. **Disposição para assumir riscos** – [...] uma pessoa que inicia um negócio está correndo riscos. Arriscar significa ter coragem para enfrentar a possibilidade de insucesso ou perda. As recompensas são incertezas e apenas as dificuldades são visíveis, mas o empreendedor está disposto a superá-las. Propensão para assumir e superar os riscos é um traço básico no comportamento dos que se dedicam à atividade empresarial.
3. **Perseverança e otimismo** – O empreendedor tem um compromisso com sua prosperidade. Ele sabe que a sobrevivência depende da persistência de seu esforço para enfrentar riscos e dificuldades. [...] Os empreendedores também são otimistas e têm a visão do sucesso, em vez de imaginar e temer os possíveis fracassos. [...] Quando alcançam a prosperidade, as pessoas empreendedoras estão sendo recompensadas por seu esforço.
4. **Senso de independência** – Empreendedores são pessoas que preferem depender de sua própria capacidade de enfrentar incertezas do que trabalhar para os outros. Gostam de buscar autonomia, de manter seus pontos de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores e de expressar confiança em sua capacidade de completar tarefas difíceis e de enfrentar desafios.

Assim, para esta pesquisa, foram levadas em consideração estas dimensões, como base para avaliar o perfil empreendedor das bordadeiras da COOBAN.

2.4 COOBAN

A cooperativa das bordadeiras de Alagoa Nova (COOBAN) foi fundada em 2004, por um grupo de artesãs. Antes de torna-se cooperativa, as mulheres estavam organizadas enquanto associação, que foi um dos resultados do projeto de capacitação que tiveram com o Artesanato Solidário (ARTESOL), em 2002. Hoje, a partir do apoio da Prefeitura e do Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDS), a COOBAN possui uma sede, onde as artesãs se reúnem e se organizam para atender aos pedidos.

Para o SEBRAE (2017), cooperativa é uma organização constituída por membros de determinado grupo econômico ou social que objetiva desempenhar, em benefício comum, determinada atividade. As premissas do cooperativismo são: identidade de propósitos e interesses; ação conjunta, voluntária e objetiva para coordenação de contribuição e serviços; e obtenção de resultado útil e comum a todos.

Existem vários conceitos para explicar o que é Artesanato. O designer gráfico Eduardo Barroso Neto, durante o Seminário Internacional intitulado Design Sem Fronteiras realizado

na cidade de Bogotá/Colômbia, em novembro de 1996, define artesanato como “toda a atividade produtiva de objetos e artefatos realizados manualmente, ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, apuro técnico, engenho e arte, podem ser chamados de artesanato.”

A COOBAN é composta e sustentada por 15 mulheres, a maior parte são mães, que se dedicam ao artesanato também como meio de contribuir para o orçamento da família, e, assim, buscam independência financeira e reconhecimento, o que destaca a importância da atividade não apenas enquanto saber tradicional, mas também na geração de renda.

A ARTESOL afirma que, por meio de parcerias estabelecidas com instituições e projetos governamentais, como o SEBRAE e o Banco do Brasil (BB), elas puderam ampliar sua inserção no mercado, alçando voos pelo Brasil, e para fora do território nacional, tendo chegado a exportar para a Itália. Em 2012, o grupo foi premiado pelo Top 100 de Artesanato realizado pelo SEBRAE.

As bordadeiras da COOBAN trabalham com algumas técnicas como o rococó, matiz, meio-ponto, pingue-pongue e sombra que dão formas às linhas coloridas, criando flores e pássaros da região, balões de São João, e capelas. Bordam vestuários, toalhas de mesa, guardanapos, jogos americanos, passadeiras de mesa, almofadas, entre outras peças.

3 METODOLOGIA

A metodologia científica possibilita adquirir e produzir conhecimento. É através dela que se entendem os diversos fatores que transformam o mundo. Para Roesch (2012, p. 126), “todos os projetos utilizam algum tipo de metodologia”. Portanto, é muito importante o esclarecimento dos conceitos sobre os métodos e as técnicas a serem utilizados para uma melhor compreensão a respeito do assunto.

3.1 TIPOS DE PESQUISA

O modelo seguido para o desenvolvimento da pesquisa é proposto por Vergara (2011), que expõe em relação a dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins: trata-se de uma pesquisa **Descritiva**, que segundo Vergara (2011, p. 47) “expõe características de determinada população ou determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlação entre variáveis e definir sua natureza”. E **Exploratória**, que para Gil

(2008), tem como objetivo fazer com que o pesquisador tenha uma proximidade com um assunto a ser explorado; possibilitando uma maior identificação do pesquisador com o problema.

Quanto aos meios: a pesquisa é **Bibliográfica**, que para Vergara (2011, p. 48), “é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é material acessível ao público em geral”. É também, um **Estudo de Caso**, que de acordo com Vergara (2011, p. 49), “é o circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou país. Tem caráter de profundidade e detalhamento”. E ainda, **pesquisa de Campo** “é a investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo”. (VERGARA, 2011, p. 47).

Quanto à abordagem: é uma **pesquisa Quantitativa**, haja vista que, Jacobsen (2009) define que a pesquisa quantitativa preocupa-se com a quantificação dos dados coletados, utiliza-se de técnicas estatísticas para a medição dos dados.

3.2 UNIVERSO DA PESQUISA

A COOBAN fica localizada no município de Alagoa Nova – PB e atualmente é composta por 15 bordadeiras, que constituem 100% do universo da pesquisa.

3.3 INSTRUMENTO DA PESQUISA

O instrumento da pesquisa foi um questionário composto por 20 assertivas, a partir do modelo de Maximiano (2006), baseado nas seguintes dimensões: Criatividade e Capacidade de Implementação, Disposição para assumir Riscos, Perseverança e Otimismo e Senso de Independência.

A coleta de dados foi realizada pela pesquisadora entre os dias 09 e 11 de outubro. Seguindo critérios que garantissem a confiabilidade dos resultados, de modo que, foi observado o seguinte aspecto: eliminação de assertivas que tivessem cálculos. Para mensurar os resultados adotou-se a escala Likert, adaptada para três categorias: Sempre, Às vezes e Nunca. (Ver Quadro 1).

Quadro 1 - Estrutura do questionário

DIMENSÕES	ASSERTIVAS
Criatividade e Capacidade de Implementação	A1, A2, A3, A4, A5
Disposição para assumir Riscos	A6, A7, A8, A9, A10
Perseverança e Otimismo	A11, A12, A13, A14, A15
Senso de Independência	A16, A17, A18, A19, A20

Fonte: Adaptado de Maximiano (2006).

É válido ressaltar que após a coleta dos dados, os resultados obtidos da pesquisa, foram tabulados e quantificados, apresentados através de gráficos, analisados e corroborados com autores, tais como: Bernardi (2003); Chiavenato (2012); Dornelas (2011) e Maximiano (2006).

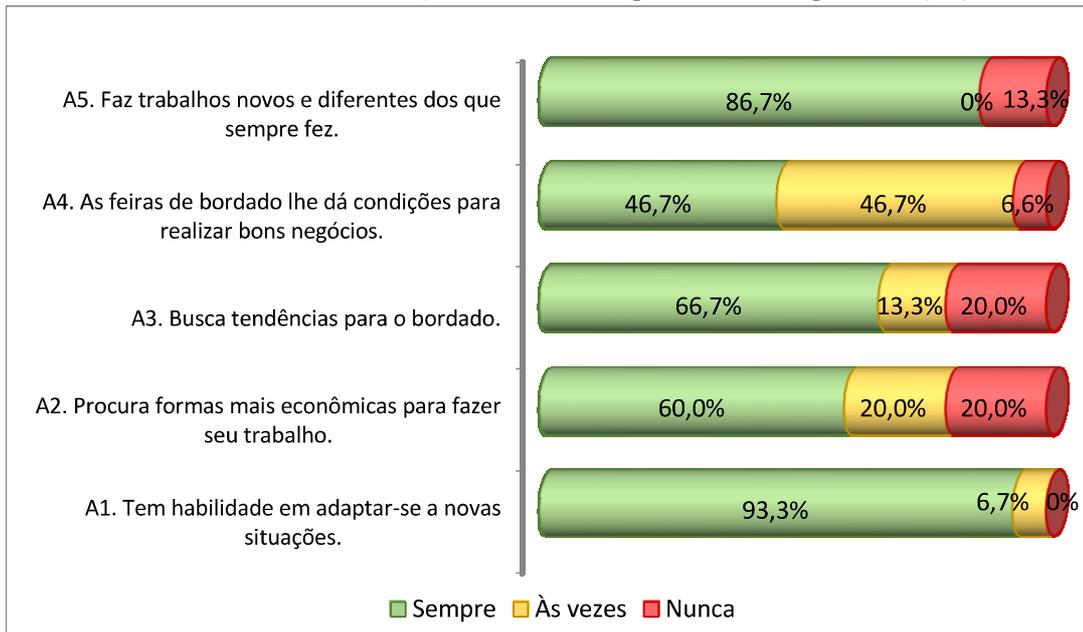
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise de dados segundo Severino (2007) é a parte da pesquisa onde se critica as informações da mesma para verificar a autenticidade das informações e atestar a discussão da mesma. Nesta pesquisa, a análise abrange o levantamento sobre o perfil empreendedor das bordadeiras da COOBAN.

A coleta de dados foi feita com 15 bordadeiras, por meio de questionário, sendo este com assertivas objetivas como foi mencionado na Metodologia deste trabalho. Os dados foram analisados individualmente, partindo das respostas obtidas. Buscou-se, nesta pesquisa, assegurar a veracidade dos dados assim como a importância dos mesmos no contexto do perfil empreendedor. Para se analisar os dados da pesquisa em meios aos questionários e aos objetivos proposto, inicia-se com as dimensões: Criatividade e Capacidade de Implementação, Disposição para assumir Riscos, Perseverança e Otimismo e Senso de Independência.

4.1 DIMENSÃO 1 – CRIATIVIDADE E CAPACIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO

Esta dimensão está relacionada à capacidade que algumas pessoas têm para imaginar, produzir e desenvolver suas ideias, seja em produtos ou serviços, individuais ou coletivos. Porém, outras pessoas podem ser apenas criativas ou implementadoras sem necessariamente combinar esses dois traços. Dornelas (2012) afirma que para criar um novo negócio precisa ter iniciativa, gostar do que faz e usar a imaginação em suas criações. (Ver Gráfico 1).

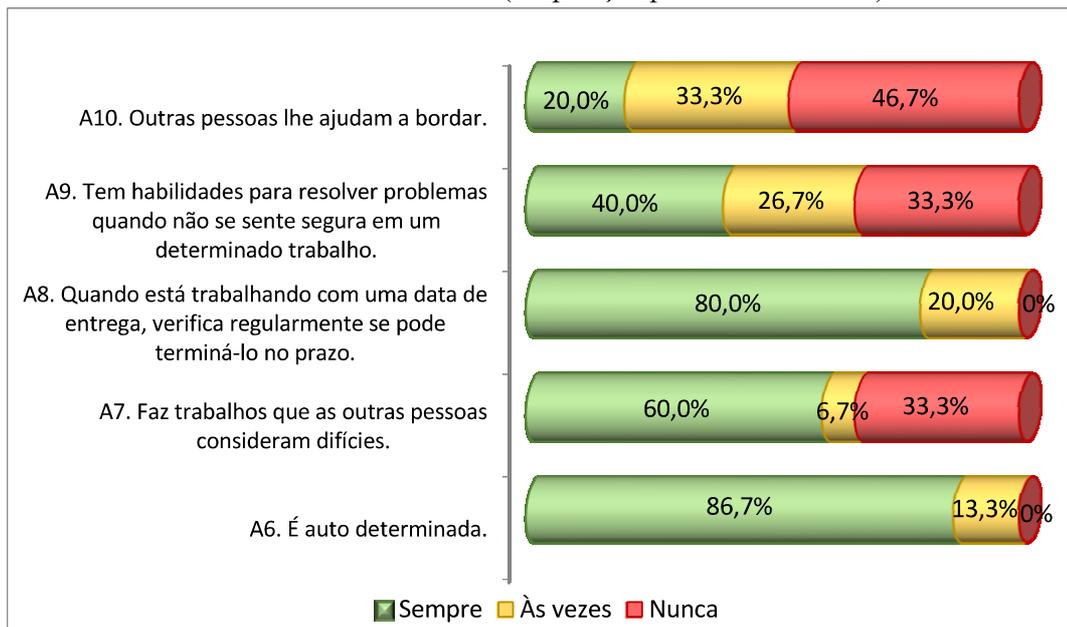
Gráfico 1 – Dimensão1 (Criatividade e Capacidade de Implementação)

Fonte: Pesquisa direta, out./2018.

No que se refere ao **Gráfico 1**, percebe-se que a maioria, tem características que evidenciam a criatividade e a capacidade de implementação. Na Assertiva 1, questionadas sobre a habilidade em adaptar-se a novas situações, verificou-se que 93,3% foram as que mais se destacaram. Em relação à Assertiva 2, é possível perceber que 60,0% das bordadeiras, informaram que sempre procuram formas mais econômicas para fazer seu trabalho, já as demais que representam um total de 40,0% procuram às vezes ou nunca esta opção. Quanto a Assertiva 3, também a maioria, 66,7% disse que sempre buscam tendências para o bordado. A Assertiva 4, chama a atenção porque o resultado divide opiniões em relação às feiras dar condições para as empreendedoras realizar bons negócios, sendo que, sempre e às vezes, ambas obtiveram o percentual de 46,7% e apenas 6,6% responderam que nunca realizam bons negócios. A Assertiva 5, também destacou-se com 86,7% que responderam fazer trabalhos novos e diferentes do que sempre, já 13,3% preferem permanecer na zona de conforto.

4.2 DIMENSÃO 2 – DISPOSIÇÃO PARA ASSUMIR RISCOS

Esta dimensão está presente em qualquer negócio e é básica do comportamento daquelas empreendedoras que não tem certeza se seu negócio dará certo ou não, porém nem todos têm a mesma disposição para assumir riscos. Para Chiavenato (2012), um empreendedor de fato assumir diversos tipos de riscos, além de assumir tem que ser capaz de enfrentar e superar esses riscos, para que possa conviver e sobreviver a eles. (Ver Gráfico 2).

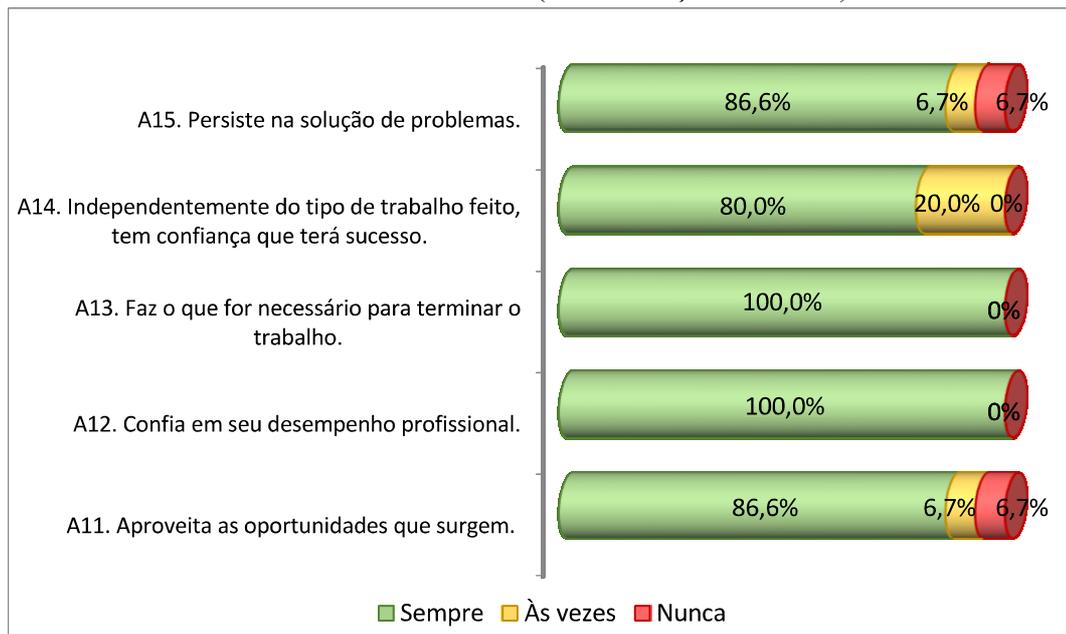
Gráfico 2 – Dimensão 2 (Disposição para assumir riscos)

Fonte: Pesquisa direta, out./2018.

Através do **Gráfico 2**, é notável que as respondentes reagiram de forma diferente, ou seja, apresentaram resultados menos semelhantes. O percentual de 86,7% sente-se autodeterminadas para assumir riscos, como apresenta a Assertiva 6. Em relação à Assertiva 7, das bordadeiras entrevistadas 60,0% fazem trabalhos que outras pessoas consideram difíceis, 6,7% às vezes e 33,3% afirmam que nunca se arriscam. Já a Assertiva 8, representa 80,0% das bordadeiras que se preocupam com o prazo de entrega dos seus trabalhos. Na Assertiva 9, quanto questionadas sobre ter habilidades para resolver problemas quando não sentem-se seguras no trabalho, 40,0% responderam sempre, 26,7% às vezes e 33,3% nunca. E por fim, a Assertiva 10, mostra que 46,7% responderam que não se arriscam em ter outras pessoas bordando para elas, 33,3% recorrem à ajuda para concluir seus bordados e 20,0% afirmaram que sempre existe alguém para ajudar.

4.3 DIMENSÃO 3 – PERSEVERANÇA E OTIMISMO

O empreendedor estabelece um determinado objetivo para alcançar seu sucesso, persistem nos problemas para poder sobreviver, mesmo que para isto, seja necessário fazer sacrifícios pessoais ou atividades extras. De acordo com Dornelas (2012) também são otimistas e visionários, pois realizam seus sonhos e desejos afastando a insegurança do fracasso. (Ver Gráfico 3).

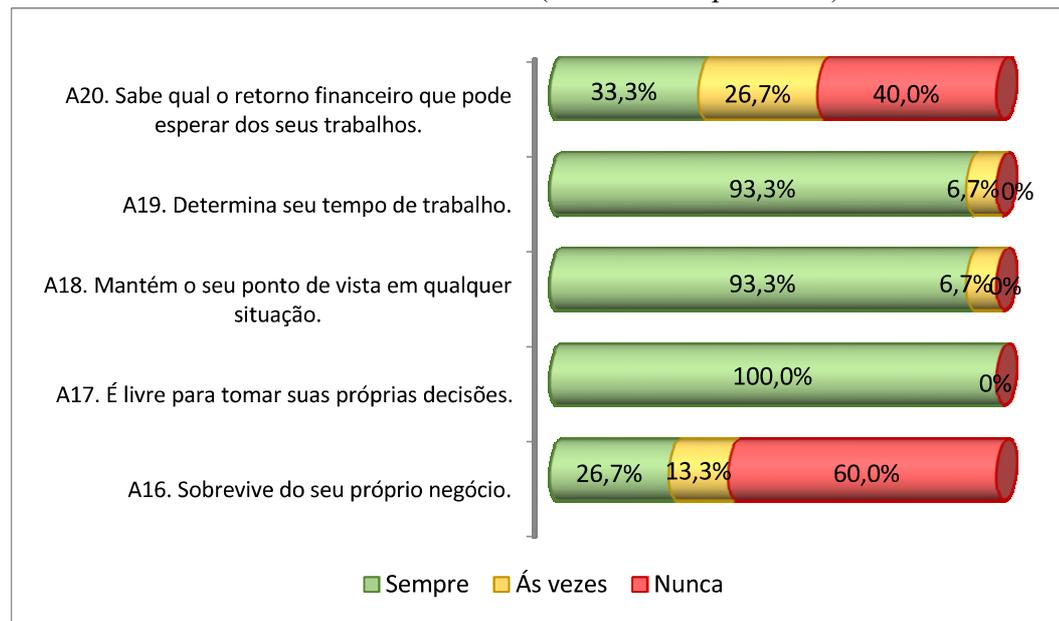
Gráfico 3 – Dimensão 3 (Perseverança e otimismo)

Fonte: Pesquisa direta, out./2018.

Observa-se no **Gráfico 3**, que esta dimensão apresenta-se de forma positiva. De acordo com a Assertiva 11, 86,6% responderam que sempre aproveitam as oportunidades que surgem, 6,7% às vezes e 6,7% afirmaram que nunca. As Assertivas 12 e 13, em relação à confiança do seu potencial e conclusão de trabalho, obtiveram 100,0% de concordância com a variável sempre. Na Assertiva 14, observou-se que 80,0% das bordadeiras confiam em seu trabalho independentemente de como é realizado e 20,0% sentem certo receio em responderem às vezes. Já a Assertiva 15, 86,6% persiste na solução de problemas, enquanto 6,7% foi o percentual para ambas variáveis, às vezes e nunca.

4.4 DIMENSÃO 4 – SENSO DE INDEPENDÊNCIA

Segundo Bernardi (2003) está ligado ao desejo que as pessoas têm de buscar sua autonomia, de sobreviver do seu próprio negócio, de manter seu ponto de vista, de pôr em prática suas ideias, pois confiam na sua capacidade em realizar algo que muitos podem considerar improváveis. Enquanto que, Maximiano (2006), complementa, afirmando que os empreendedores preferem depender de sua própria capacidade de enfrentar incertezas do que trabalhar para outros. Logo, são pessoas que gostam de buscar autonomia e ser livres para tomar suas próprias decisões. (Ver Gráfico 4).

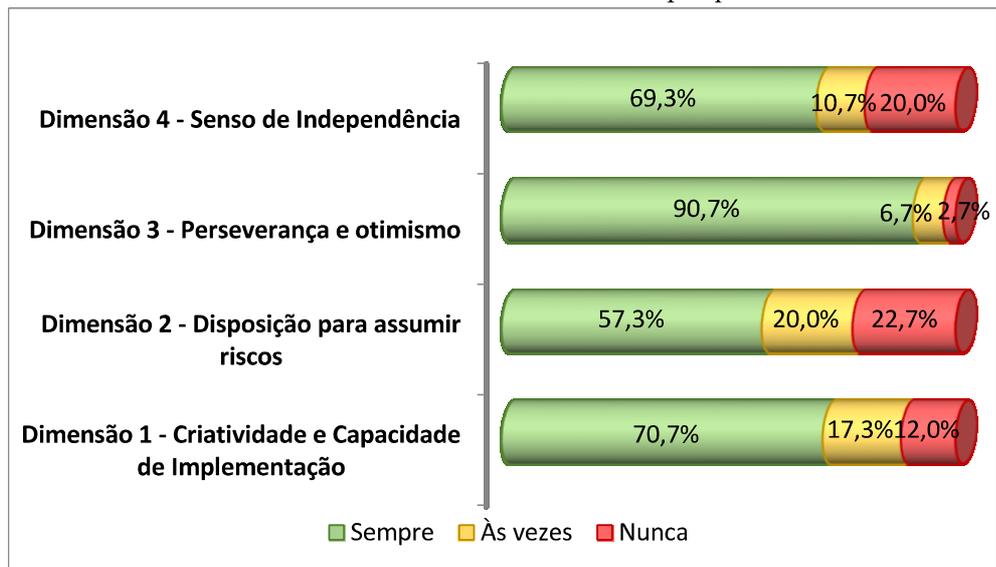
Gráfico 4 – Dimensão 4 (Senso de independência)

Fonte: Pesquisa direta, out./2018.

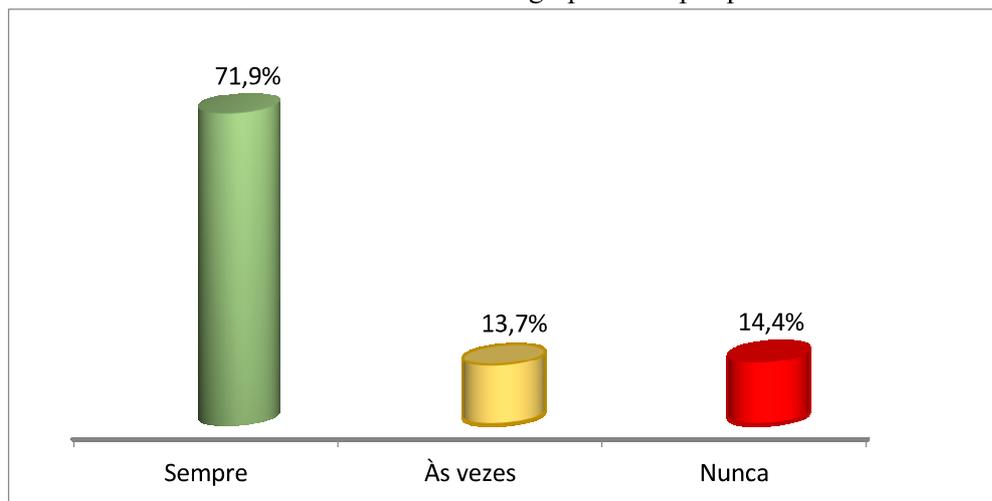
A avaliação do **Gráfico 4**, deixa claro que as bordadeiras da COOBAN não conseguem sobreviver apenas do seu próprio negócio e muitas vezes não sabem qual o retorno financeiro que podem esperar com seus bordados. Percebe-se que na Assertiva 16, que 60,0% responderam que nunca conseguem sobreviver do seu próprio negócio, 13,3% afirmam que às vezes e 26,7% responderam sempre. Na Assertiva 17, nota-se que 100,0% das bordadeiras se sentem livres para tomar decisões. A assertiva 18 e 19, ambas com um resultado de 93,3%, mantém seu ponto de vista e determinam seu tempo de trabalhos, já 6,7%, também para ambas responderam às vezes. E por fim a Assertiva 20 que se refere ao conhecimento que as bordadeiras tem sobre seu retorno financeiro, 40,0% respondeu que nunca, 26,7% às vezes e 33,3% afirmam sempre saber. É possível perceber que entre as Assertivas 16 e 20 houve um resultado desfavorável com um percentual de 60,0% e 40,0% para nunca. Mas, que apesar dessas duas características, insistem no negócio, pois acreditam que trabalhar para si mesma com o que gostam é mais cômodo e realizador do que trabalhar para outras pessoas.

4.5 RESULTADO GERAL DAS DIMENSÕES

O Gráfico 5, mostra os resultados da pesquisa em dados isolados das dimensões propostas. Já o Gráfico 6, apresenta os resultados agrupados da pesquisa.

Gráfico 5 – Resultados isolados da pesquisa

Fonte: Pesquisa direta, out./2018.

Gráfico 6 – Resultados agrupados da pesquisa

Fonte: Pesquisa direta, out./2018.

No **Gráfico 5**, na dimensão 1, 70,7% das bordadeiras assumem esse papel em seu cotidiano de forma espontânea, pois essa é uma característica individual, onde o indivíduo possui sua própria personalidade, 17,3% ainda sentem-se receosas em expor sua imaginação através da arte manual e 12% afirma que nunca criam nem implementam. Na dimensão 2, há uma diferença de opinião, onde 57,3% assumem riscos, enfrentando, convivendo e aprendendo com eles, 20,0% arriscam-se às vezes quando veem que é necessário e 22,7% afirma que nunca se arriscam, pois temem por prejuízos. A dimensão 3, possui característica empreendedora quase que em sua totalidade, com um percentual de 90,7%, que disseram

sempre, 6,7% responderam que às vezes agem com essas características e 2,7% optaram por nunca. E a dimensão 4, que revela que 69,7% buscam pela sua autonomia, 10,7% às vezes se manifestam, já 20% por alguma razão não sentem vontade de ter essa independência.

Desse modo, é possível analisar que, a dimensão Perseverança e Otimismo é a mais significativa, seguidas de Criatividade e Capacidade de Implementação, Senso de independência e Disposição para assumir Riscos.

No **Gráfico 6**, vê-se que as dimensões foram agrupadas. Assim, a maioria das respondentes, 71,9%% respondeu sempre, 13,7% às vezes e 14,3% nunca. Ou seja, as bordadeiras da COOBAN, possuem as características empreendedoras em sua maioria, outras apesar de terem essas características, tendem a serem mais conservadoras e cautelosas, a fim de evitar prejuízos, e as demais por alguma razão não possuem essas características dominantes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedor em essência é a pessoa que tem a capacidade de criar e idealizar coisas novas sabe identificar as oportunidades e transformá-las em negócios lucrativos. Diversos autores conceituam o empreendedor identificando várias características, cada um possui suas particularidades e só através de estudos e pesquisas que se pode afirmar em que grau e intensidade este empreendedor está agrupado.

De acordo com a pesquisa realizada, percebe-se que as características empreendedoras, podem estar presentes em qualquer pessoa sem que haja a necessidade de possuírem uma formação superior. O desejo de tornar suas ideias concretas, é algo próprio da personalidade do indivíduo, seja para satisfação pessoal, ou interesse coletivo.

Com o objetivo de analisar o perfil empreendedor das bordadeiras da COOBAN de Alagoa Nova – PB, observou-se que as bordadeiras, possuem competências empreendedoras, sendo estas comprovadas, através das 4 dimensões propostas por Maximiano (2006). Verificou-se que, no que se refere ao perfil empreendedor, cada uma delas possuem suas particularidades, umas mais evidentes do que outras.

A dimensão 1 - Criatividade e Capacidade de Implementação, representa o empreendedor com capacidade de criar e produzir coisas novas, não necessariamente ele tenha que combinar esses dois traços, alguns se destacaram apenas por implementar ideias, ou seja, são capazes de transformar em negócio uma ideia tida por alguém. No Gráfico 1, pode-

se observar que nesta dimensão a Assertiva 1, relacionada sobre habilidades em adaptar-se a novas situações foi a que obteve um grau mais alto de identificação. Já a Assertiva 4, foi a que menos propiciou as bordadeiras oportunidade de empreender nas feiras de bordados.

A dimensão 2 - Disposição para assumir Riscos, significa que o empreendedor ao iniciar um novo negócio está disposto a enfrentar qualquer possibilidade de insucesso ou perda, pois não há como mensurar exatamente se obterá sucesso e o prazo para um retorno financeiro e essa é uma característica básica de alguém que se dedica à atividade empresarial. Através do Gráfico 2, foi possível perceber que a Assertiva 6 foi a que representou um maior percentual, em sentirem-se auto determinadas. A Assertiva 10 representou apenas uma minoria das bordadeiras, que disse sempre, no que diz respeito a arriscar-se a entregar seus bordados para outras pessoas para ajudarem a concluir o trabalho. Diante deste aspecto, ficou evidente que algumas empreendedoras estão mais propensas a assumir riscos, visando o sucesso do seu empreendimento, pois acreditam que mais cedo ou mais tarde terão a recompensa pelo seu trabalho. Outras se mantem mais conservadoras, não se arriscam de forma alguma, pois temem possíveis prejuízos.

A dimensão 3 - Perseverança e Otimismo relacionam-se com o compromisso que o empreendedor tem com sua prosperidade. Só alcança o sucesso aquele que persiste, se esforça, arrisca e mesmo que tudo não saia a contento, insiste novamente até conseguir que seu trabalho seja reconhecido e valorizado, pois o sucesso de um empreendedor depende unicamente dele, por isso todo sacrifício vale a pena quando o objetivo é alcançado. No Gráfico 3, percebeu-se um alto grau de disposição para esta dimensão. As assertivas 12 e 13 por unanimidade, afirmaram sempre, demonstrando assim, que confiam em seu desempenho profissional e faz o que for necessário para concluir o trabalho. Já as assertivas 11 e 15, ambas obtiveram percentuais relevantes, ao responderem que sempre aproveitam as oportunidades que surgem e não persistem na solução de problemas.

A dimensão 4 - Senso de independência é a característica que o empreendedor busca para ter sua própria autonomia. Esta ligada ao desejo de sentir-se livre para tomar suas decisões, de trabalhar para si mesmo com o que mais lhe trás satisfação, de conseguir sobrevir do seu negócio. No Gráfico 4, verificou-se que por unanimidade responderam ser livre para tomar suas próprias decisões de acordo com a Assertiva 17. Seguida das Assertivas 18 e 19 que representaram cada uma, percentuais iguais de grande significância, em relação a manter seu ponto de vista e determinar seu tempo de trabalho. Porém, as assertivas 16 e 20, representaram percentuais desfavoráveis para esta dimensão, onde mais da metade das respondentes, disseram que nunca conseguem sobreviver do seu negócio e menos da metade,

não sabem qual o retorno terá com seus trabalhos. Mas, diante deste fato, percebeu-se que as bordadeiras da COOBAN têm o desejo de serem suas próprias patroas, como consequência conseguirem sobreviver exclusivamente do negócio.

Diante do exposto, o objetivo desta pesquisa foi alcançado sendo possível analisar o perfil empreendedor das bordadeiras da COOBAN de Alagoa Nova – PB, conforme representado no Gráfico 5. Destacando-se a dimensão 3 - Perseverança e Otimismo, como a mais significativa, com uma grande maioria de respostas que optaram pela categoria “sempre”; seguida da dimensão 1 - Criatividade e Capacidade de Implementação, também com um percentual muito relevante. Na dimensão 4 - Senso de Independência, a maioria optou por “sempre” e dimensão 2 - Disposição para assumir Riscos, também, a maioria informou “sempre”. Deste modo, é possível analisar por ordem de importância que as bordadeiras da COOBAN classificam-se quanto ao perfil empreendedor proposto por Maximiano (2006) na seguinte sequência: dimensão 3, dimensão 1, dimensão 4 e dimensão 2.

Por fim, percebe-se que as bordadeiras da COOBAN possuem as características empreendedoras em sua maioria, confiam no seu potencial e são capazes de superar qualquer desafio para alcançar o sucesso do seu trabalho. Algumas apesar de terem essas características, tendem a serem mais conservadoras e agirem com cautela, a fim de evitar prejuízos, já outras por alguma razão não possuem essas características pesquisadas como perfil dominante.

Ainda é possível observar no Gráfico 6, quanto ao total das dimensões em relação às categorias, sempre, às vezes e nunca. A categoria “sempre” obteve uma maioria bastante expressiva; na categoria “nunca”, houve uma minoria; seguida da categoria “às vezes”, que obteve um percentual com menor representação. Por ordem de importância obteve-se: sempre, nunca e às vezes, a quantidade de vezes em que foram selecionadas.

Vale ressaltar que o empreendedorismo possui grande influência para o crescimento econômico e desenvolvimento social, tornando-se uma saída para muitas pessoas que querem novamente retomar seu lugar no mercado de trabalho ou destacar seu negócio já existente com ideias inovadoras.

Para isso, se faz necessário que este tema, seja sempre estudado, para expor a sua importância para a sociedade, bem como para esclarecer os benefícios gerados para aqueles que desejam se tornar empreendedores e preparar da melhor forma, aqueles que empreenderam por necessidade.

ANALYSIS OF THE ENTREPRENEUR PROFILE OF THE COOBAN DE ALAGOA NOVA – PB

ABSTRACT

Entrepreneurship has been gaining more and more importance for contributing to economic growth and social development, meeting the needs and desires of people through products and services that are constantly reinventing themselves. The objective of this research is to analyze the entrepreneurial profile of COOBAN embroiderers from Alagoa Nova – PB. The methodology used for the purposes was a descriptive exploratory research; as to the means, was bibliographical, field and case study; while the approach was quantitative. The research universe corresponds to 15 embroiderers. The instrument used was a questionnaire, containing 20 assertions, adapted from Maximiano's model (2006). In the research results, in all dimensions the majority said Always, standing out in order of importance: Perseverance and optimism; Creativity and Capacity for Implementation; Sense of independence; and Willingness to take risks.

Keywords: Entrepreneurship. Business profile. Embroiderers.

REFERÊNCIAS

ARTESOL, Artesanato Solidário. Cooperativa das Bordadeiras de Alagoa Nova – COOBAN. Disponível em: <http://artesol.org.br/rede/membro/cooperativa_das_bordadeiras_de_alagoa_nova_cooban>. Acesso em: 03 set. 2018.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão:** fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo-SP: Atlas, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. 4. Ed. Barueri-SP: Manole, 2012.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa:** uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 14. ed. São Paulo-SP: Cultura, 2006.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro-RJ: Elsevier, 2012.

FERREIRA, Rafael. **Empreendedorismo:** Brasil ocupa a 98ª posição em ranking global de empreendedorismo. 2017. Disponível em: <<https://www.dci.com.br/economia/brasil-ocupa-a-98-posic-o-em-ranking-global-de-empreendedorismo-1.539035>>. Acesso em: 04 set. 2018.

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo:** empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. São Paulo-SP: Revista de Administração, v. 34, n. 2, 1999.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo, 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008

JACOBSEN, Alessandra de Linhares. **Gestão por Resultados, Produtividade e Inovação**. Florianópolis, UFSC, 2009.

LAGES, Sônia Regina Corrêa. **Desafios do empreendedorismo feminino**: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. Revista Estação Científica, 2008. Disponível em: <<http://portal.estacio.br/media/4404/4-desafios-empresorismo-feminino-reflexao-dificuldades-mulheres-pobres-conducao-projetos-geradores-renda.pdf>>. Acesso: 06 set. 2018.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo-SP: Pearson Prentice Hall, 2006.

MENDES, Jerônimo. **Manual do empreendedor**: como construir um empreendedorismo de sucesso. São Paulo-SP: Atlas, 2009.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão e estudo de caso. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** 2016. Disponível em: <<http://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empresorismo/>>. Acesso em: 04 set. 2018.

_____. **Empreendedorismo Feminino**. 2016. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/empresorismo-feminino/>>. Acesso em: 04 set. 2018.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Cortez, 2007.

SHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Tradução de Maria Sílvia Possas. ed. Nova Cultura, São Paulo-SP, 1997.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 12. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2011.