



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS VII  
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**IGOR DA SILVA ARAÚJO**

**O PERFIL E O COMPORTAMENTO DE EMPREENDEDORES NO SERTÃO  
PARAIBANO: uma abordagem do segmento de restaurantes no município  
de São Mamede - PB**

**PATOS  
2023**

IGOR DA SILVA ARAÚJO

**O PERFIL E O COMPORTAMENTO DE EMPREENDEDORES NO SERTÃO  
PARAIBANO: uma abordagem do segmento de restaurantes no município  
de São Mamede - PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à coordenação do curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

**Área de concentração:**  
Empreendedorismo.

**Orientador:** Prof. Me. Felipe Cesar da Silva Brito.

**PATOS  
2023**

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.

A663p Araujo, Igor da Silva.

O perfil e o comportamento de empreendedores no sertão paraibano [manuscrito] : uma abordagem do segmento de restaurantes no município de São Mamede - PB / Igor da Silva Araujo. - 2023.

56 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Prof. Me. Felipe Cesar da Silva Brito, Departamento de Administração e Economia - CCSA. "

1. Empreendedorismo. 2. Perfil empreendedor. 3. Comportamento. 4. Seguimento de restaurantes. I. Título

21. ed. CDD 650.1

IGOR DA SILVA ARAÚJO

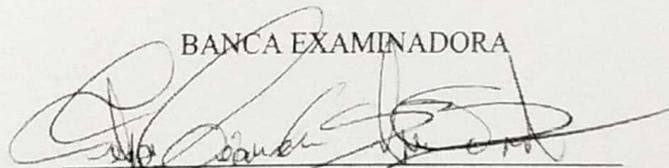
**O PERFIL E O COMPORTAMENTO DE EMPREENDEDORES NO SERTÃO  
PARAIBANO: uma abordagem do segmento de restaurantes no município de São  
Mamede - PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à coordenação do curso de  
Administração da Universidade Estadual  
da Paraíba, como requisito parcial à  
obtenção do título de bacharelado em  
Administração.

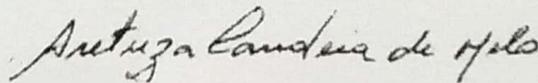
**Área de concentração:**  
Empreendedorismo.

Aprovado em: 27/06/2023

BANCA EXAMINADORA



Prof. Me. Felipe César da Silva Brito (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dra. Aretuza Candeia de Melo  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

**gov.br**

Documento assinado digitalmente  
FRANCISCO ANDERSON MARIANO DA SILVA  
Data: 05/07/2023 09:51:58-0300  
Verifique em: <https://validar.tb.gov.br>

Prof. Me. Francisco Anderson Mariano da Silva  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente a Deus, que se faz presente em todos os momentos da minha vida, sejam eles fáceis ou difíceis e, que acima de tudo, não me abandona, sempre me concedendo força, fé e perseverança para enfrentar todos os obstáculos, vencendo e superando cada um.

Agradeço aos meus pais, Inacia e Luciano, por sempre acreditarem em mim e colocarem confiança na minha capacidade, o qual estão sempre ao meu lado, me encorajando, me apoiando e reconhecendo que serei capaz e nunca mediram esforços para me ajudar em todas as minhas necessidades, investindo e me motivando em todo o meu processo de graduação.

Ao meu irmão, Luiz Gabriel, por mais que seja pequeno e não tenha conhecimento de tantas coisas em sua vida, mas sempre foi meu alicerce, o qual me inspira todos os dias a ser e fazer por ele tudo aquilo que um dia eu já recebi.

Ao meu professor orientador, Felipe César, pelos ensinamentos, pela dedicação e orientações prestadas durante o trabalho, desde o início, me acompanhando em todo o processo de produção, elaboração e conclusão.

Aos professores do Curso do curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, por todos os ensinamentos e conhecimentos passados durante a graduação, contribuindo ao longo de cinco anos, por meio das disciplinas e debates, para meu desenvolvimento profissional.

A todos os meus amigos de curso, em nome de Lizandra, que sempre foi minha companhia durante a graduação, me ajudando, me apoiando e me encorajando. Por todas as amizades feitas, pessoas e amigos especiais, que juntos vivemos grandes momentos, somando companheirismo e suporte.

E a todos os meus amigos de vida, por sempre acreditarem em mim e nunca medirem esforços para estarem ao meu lado, sendo refúgio em momentos que preciso, me consolando e me encorajando.

## **RESUMO**

O empreendedorismo tem se destacado gradativamente com o decorrer dos anos, particularmente no Brasil, considerado um dos países mais empreendedores do mundo. Para que se obtenha o sucesso dos empreendimentos, os empreendedores precisam ser aptos, constituírem competências e desenvolverem habilidades, a fim de conseguir alcançar esse resultado nas empresas. Sendo assim, o objetivo deste trabalho é conhecer qual é o perfil e o comportamento dos empreendedores no sertão paraibano, visando uma abordagem do segmento de restaurantes no município de São Mamede - PB. O trabalho dispõe de uma abordagem qualitativa e é caracterizado por ser uma pesquisa descritiva e exploratória. Para que houvesse a captação dos dados obtidos foi utilizado um questionário de entrevista visando o perfil e o comportamento dos empreendedores entrevistados. Foi possível observar a influência do perfil empreendedor e seus comportamentos mediante ações que a pessoa empreendedora utiliza em seus empreendimentos, acerca de identificar o modo como estes empreendedores atuam e se comportam mediante seus negócios.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Perfil. Comportamento. Empreendedores. Restaurante.

## **ABSTRACT**

Entrepreneurship has gradually stood out over the years, particularly in Brazil, considered one of the most entrepreneurial countries in the world. In order to obtain the success of the enterprises, the entrepreneurs need to be able, to constitute competences and to develop skills in order to be able to achieve this result in the companies. Therefore, the objective of this work is to know what is the profile and behavior of entrepreneurs in the sertão of Paraíba, an approach to the segment of restaurants in the municipality of São Mamede - PB. The work has a qualitative approach and is characterized by being a descriptive and exploratory research. In order to capture the data obtained, an interview questionnaire was used, aiming at the profile and behavior of the interviewed entrepreneurs. It was possible to observe the influence of the entrepreneurial profile and its behaviors through actions that the entrepreneurial person used in their undertakings, about identifying how these entrepreneurs act and behave through their businesses.

**Keywords:** Entrepreneurship. Profile. Behavior. Entrepreneurs. Restaurants

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1- Empreendedorismo: principais linhas de pensamentos	14
Quadro 2- Características básicas que identificam o espírito empreendedor	19
Quadro 3- Fatores ambientais que impulsionam a novos empreendedores	20
Quadro 4- Caracterização dos entrevistados	34

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
CEP	Código de Endereçamento Postal

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2 EMPREENDEDORISMO: CARACTERIZAÇÃO HISTÓRICA E CONCEITUAÇÃO.....</b>	<b>12</b>
2.1 Conceituação.....	12
2.2 Caracterização Histórica do Empreendedorismo .....	14
2.3 Perfil Empreendedor.....	18
<b>3 EMPREENDEDORISMO NOS DIAS ATUAIS.....</b>	<b>25</b>
3.1 Qualidade, Preço do Produto e Comportamento do Empreendedor.....	25
3.2 Respeito ao Meio Ambiente e Comportamento do Empreendedor.....	27
3.3 Atendimento, Diversidade Cultural e Comportamento do Empreendedor.....	29
<b>4 METODOLOGIA.....</b>	<b>32</b>
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÕES DO PERFIL E COMPORTAMENTO DOS EMPREENDEDORES NO SERTÃO PARAIBANO.....</b>	<b>34</b>
5.1 Caracterização do Ambiente de Estudo.....	34
5.2 Dados Gerais da Pesquisa.....	35
5.3 Características e Perfil do Empreendedor.....	36
5.4 Comportamento dos Empreendedores.....	44
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>51</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>54</b>
<b>APÊNDICE - QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA.....</b>	<b>57</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo nasce por meio de ideias adquiridas, através de pensadores econômicos durante os séculos XVIII e XIX. Esses pensadores expandiram esse conhecimento e se tornaram conhecidos pois defendem que a ação econômica é a representação das forças do mercado, bem como da concorrência. Sendo assim, o empreendedorismo é analisado como um meio que liga a inovação e traz desenvolvimento econômico.

Para Chiavenato (2005, p.5) os empreendedores são vistos como defensores no mundo dos negócios. Eles contribuem no fornecimento de rendas, empregando indivíduos, ajudam no crescimento econômico e fortalecem a economia, pois sabem lidar com a inovação. Geralmente, são encontradas muitas pessoas com essas características, desde jovens, adultos e de todas as classes sociais, essas pessoas geram novos empreendimentos por conta própria e trazem processo de liderança conduzindo ao desenvolvimento econômico.

Para isso, o trabalho tem a seguinte problemática: qual o perfil e o comportamento dos empreendedores de determinadas empresas do segmento de restaurantes no município de São Mamede – PB? Que assim nos leva ao seguinte tema: O perfil e o comportamento de empreendedores no sertão paraibano: uma abordagem do segmento de restaurantes no município de São Mamede – PB.

O presente estudo enfatizará empreendimentos que atuam na área de restaurantes, na região do sertão paraibano. Dentro deste contexto, este trabalho tem como objetivo avaliar o perfil e o comportamento dos empreendedores de determinadas empresas no sertão Paraibano, abordando o segmento de restaurantes no município de São Mamede - PB. Sendo assim, para que se chegue a tal entendimento acerca do conteúdo que abordaremos, foi-se estabelecido também os objetivos específicos. a) caracterizar empreendedorismo e perfil empreendedor; b) identificar o perfil e o comportamento de empreendedores dessas empresas; c) mostrar a influência desse perfil e do comportamento de empreendedores nas práticas de ganho no mercado.

Este trabalho se justifica, pelo interesse pessoal em observar determinados perfis e comportamentos de empreendedores, abordando o segmento de restaurante no município de São Mamede – PB, proporcionando conhecimento nos vários modos de

empreender, através de seus proprietários. Assim, este estudo evidencia, enquanto justificativa pessoal, por abranger empreendedores de uma localidade, caracterizando seus perfis e o comportamento a fim de contribuir no autoconhecimento de cada indivíduo, trazendo resultados de suas competências e qualidades, bem como também, identificando pontos que precisam ser aperfeiçoados, proporcionando melhorias no empreendimento com possíveis impactos na economia local. Enquanto perspectiva social contribui no autoconhecimento dos empreendedores por meio do pensamento induzido nas questões em evidência. Na perspectiva acadêmica, proporcionar para que o corpo docente e discente da universidade, apesar de ser um tema bastante conhecido e debatido, tenha uma visão mais ampla acerca do que se trata, colaborando de modo teórico e trazendo informações e fatos.

Para demonstração dos dados que apresentaremos nesta pesquisa, utilizou-se o método qualitativo, significando uma abordagem baseada em conceitos, que estuda aspectos subjetivos, tendo a atrair resultados mais abrangentes com o tema delimitado, que se baseia em determinados questionamentos, aplicados no que diz respeito ao segmento do ramo empreendedor, a fim de validar hipóteses, rejeitar ou até mesmo usá-las em caráter informativo. O universo da pesquisa é destinado no município de São Mamede-PB, baseado no ramo alimentício de restaurantes do mesmo município, que se destina a um total de cinco empreendedores selecionados que atuam na área da pesquisa. Para isso, vale salientar que tal método, é um caminho seguro para se conhecer a forma como os empreendedores se comportam, e dessa forma, estabelecer estratégias e práticas comerciais que sejam adequadas.

A pesquisa é de caráter descritivo e exploratória, sendo realizada com os micro e pequenos empreendedores que atuam na cidade de São Mamede – PB, observando principalmente, como fora dito anteriormente, todos os empreendedores do ramo alimentício, no que diz respeito a restaurantes. Feita por meio de entrevista, onde sua função é de coletar dados de modo subjetivo, sendo um método importante para realizar a coleta de dados subjetivos em uma pesquisa qualitativa. Sendo assim, a entrevista é um diálogo entre indivíduos a ser combinado para obter conhecimento, opiniões, avaliações etc, acerca do assunto abordado.

## **2 EMPREENDEDORISMO: caracterização histórica e conceituação**

### **2.1 Conceituação**

O empreendedorismo, segundo Hisrist e Peters (2009), é uma técnica de formação de valor, com renovação e riscos financeiros, psicológicos e sociais. Já Bruyat e Julien (2010) tomam o empreendedorismo como um fenômeno complexo que envolve questões políticas, econômicas, familiares e pessoais.

O empreendedorismo encontra-se ligado à sociedade. Ele é capaz de identificar aqueles problemas e oportunidades com a finalidade de incrementar soluções para aplicar no bem-estar daquele meio em que está inserido, sendo um empreendimento, um planejamento ou até mesmo uma ação que designe as pessoas. Para o teórico Joseph Schumpeter (1949) apud Brito (2015), o empreendedorismo está bem ligado de forma direta à inovação, que para ele se vê como meio de aperfeiçoamento na realização de novas cooperações.

Segundo Santos (2007, p.44), o empreendedorismo “pode ser definido como um movimento que abre novos produtos e serviços, gerando novos métodos de organização ou sondando novos planos e materiais”.

Em razão disso, o empreendedorismo é um termo que vem cada vez mais ganhando destaque e se fazendo sempre presente nos lugares e ao meio dos indivíduos, sendo um modo de auxílio que pode influenciar o processo de evolução da economia local que está instalado.

Chiavenato (2012), afirma que o empreendedorismo é o reflexo da prática de trazer novos negócios ou usufruir de negócios já existentes, onde a ação do empreendedor é muitas vezes relacionada à incerteza, ainda quando o empreendimento é novo ou quando nem sequer existe mercado para o produto.

Schumpeter apud Dornelas (2005, p. 29), afirma que o empreendedorismo é a abrangência de humanos e métodos que juntos chegam a transformar as ideias em novas probabilidades de oportunidades. Já se referindo ao termo empreendedor, Schumpeter apud Dornelas (2005, p. 39) afirma que: “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Schumpeter apud Dornelas (2005, p. 31), afirma que através da observação das necessidades existentes se cria uma oportunidade no negócio, a fim de obter um resultado de lucro financeiro, apesar dos riscos enfrentados. Define o empreendedor como um conhecido que gera novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes.

O termo empreendedor vem do francês *entrepreneur*, que significa “aquele que se encarrega de riscos e que começa algo novo” (CHIAVENATO, 2005, p.3). Com isso, conforme foi ganhando espaço na sociedade, muitos autores se encarregaram de definir o empreendedorismo de diversas formas.

Chiavenato (2005, p.3) define o empreendedor como aquele que põe em prática uma ideia ou um projeto na decisão de surgir com um negócio, assumindo riscos e responsabilidades mesmo com sua inovação. Dessa forma, a pessoa empreendedora quando visualiza uma oportunidade de mercado, irá aproveitar para investir na criação de seu negócio e assim alcançar resultados lucrativos, bem como também, resolver questões inéditas que causam riscos, porém focando nos resultados. Assim, ele afirma:

Ele não é somente um fundador de novas empresas ou o construtor de novos negócios. Ele é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias. Mais ainda: ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam. (Chiavenato, 2005, p.3)

De acordo com Kinzer (1973), o empreendedor é aquele que é firme, centrado em uma posição clara e positiva dentro do local em que exista desordem, ou seja, identifica oportunidades existentes. Para ele, o empreendedor é aquele que determina uma segurança, trazendo um posicionamento bem objetivo em um espaço de instabilidade, ou seja, é capaz de identificar as oportunidades no presente momento. Este empreendedor é um excelente observador das oportunidades, sendo um indivíduo bastante atento aos conhecimentos, propiciando novas chances no mercado.

Schumpeter apud Dornelas (2005, p.37) afirma que: “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos materiais.” Na mesma perspectiva deste autor, o empreendedor é reconhecido como aquele que cria novos negócios, mas que pode inovar dentro de ambientes já construídos.

Para Chiavenato (2005, p.4), os empreendedores são vistos como heróis no mundo dos negócios, afirma:

Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento. (Chiavenato, 2005, p.4)

Porém, na linha de pensamento de Dornelas (2005, p.19), os empreendedores são indivíduos diferentes, contendo motivações distintas, apaixonadas pelo que fazem, e não se satisfazem em serem apenas mais um no meio que está inserido, pretendem serem visualizados e reconhecidos, desejam serem pessoas de referência que demonstrem inspiração para serem imitadas e querem deixar um legado.

Portanto, por meio do que foi evidenciado, o empreendedorismo se relaciona com a compreensão de desenvolver oportunidades, através da criatividade e habilidade. O empreendedorismo se resume à maneira de implementação de novos recursos, métodos e até tecnologias dentro da empresa que tenham uma parcela de contribuição para uma melhoria significativa. Dentro deste contexto, o empreendedor, é aquele que identifica uma possibilidade de criar um negócio, uma oportunidade, assumindo riscos, porém, ao mesmo tempo minimizando riscos, ou seja, é aquela pessoa que realiza a ação, que sai da zona de conforto e promove as oportunidades.

## **2.2 Caracterização Histórica do Empreendedorismo**

O termo empreendedorismo está cada vez mais presente e inserido em nosso meio, através das pessoas e nos lugares, ganhando cada vez mais destaque, por meio de sua eficiência, através de sua importância em grandes, médias e pequenas empresas. O empreendedorismo é destaque dentre tantas organizações, pela sua eficácia e por também demonstrar à sociedade que seus benefícios trazem resultados operantes nas empresas.

O surgimento do termo empreendedorismo deriva da palavra inglesa entrepreneurship, originado do verbo francês entrepreneu que segundo Dornelas (2005 p.20) significa aquele que corre riscos em surgir com algo novo.

Dornelas (2005, p.20) afirma que o primeiro homem a utilizar o termo empreendedor foi o Marco Pólo, que para ele um empreendedor seria uma pessoa que assumia riscos físicos e emocionais. Já na idade média, a designação do empreendedor

foi usada para destacar pessoas que gerem projetos de produção, por meio de maneiras existentes.

No século XVII, o empreendedorismo era visto como um meio que representava pessoas que assumiam acordos contratuais e que corriam riscos. Já no século XVIII com o processo de industrialização no mundo, houve a diferenciação dos termos empreendedor e capitalista, E no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram confundidos como administradores e gerentes, situação ainda existente nos dias atuais, e que através do perspectiva econômica são vistos como aqueles que apenas organizam a empresa e comandam as atividades desenvolvidas no meio interior da organização. (Dornelas, 2005, p.20)

Para Dornelas (2005, p.26) o Brasil vem se destacando como um país empreendedor, porém o empreendedorismo no Brasil instaurou e foi se expandido na década de 1990, com a criação de órgãos que defendem e apoiam o empreendedor, como o Sebrae (Serviço de apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Sofitex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Além dessas duas entidades, o governo também surge com um programa em defesa da vida do empreendedor, intitulado como Programa Brasil Empreendedor, que vingou entre os anos de 1999 a 2002, e agregou mais de 6 milhões de pessoas, que daí em diante o empreendedorismo disparou no país.

Seguindo no pensamento de Dornelas (2005, p.20), ele explana que o conceito de empreendedorismo tem se expandido no Brasil, principalmente nos últimos anos, após 1990, como já foi mencionado, e defende essa preocupação visando o surgimento de pequenas empresas que venham a durar, bem como a necessidade de vislumbrar a queda no índice de mortalidade dessas organizações.

Desta forma, o empreendedorismo é muito mais do que apenas um movimento, ele é levado como uma forma de alavancar uma maior mobilidade dentro do mercado de trabalho, começando a ganhar destaque há tempos atrás, podendo ser datado como um termo utilizado desde a pré-história.

O empreendedorismo se origina através de pensadores econômicos no século XVIII e XIX. Esses pensadores eram defensores de que a economia se refletia por meio das grandes forças do mercado como pela concorrência, apesar disso, o

empreendedorismo foi compreendido através de outras ciências como a sociologia, a psicologia, a antropologia e a economia. Chiavenato (2005, p.5).

No entanto, segundo Paiva Jr apud Chiavenato (2005, p.5) existem diferentes visões referentes ao empreendedorismo perante a expansão desse fenômeno, que são vistas como escolas: a dos economistas, a dos behavioristas, mais conhecidos como comportamentalistas e a teoria dos traços de personalidade. Conforme o quadro 1 a seguir:

Quadro 1: Empreendedorismo: principais linhas de pensamentos

A visão dos economistas	Existe concordância entre os pesquisadores do empreendedorismo de que os pioneiros no assunto teriam sido os autores Cantillon (1755) e Jean-Baptiste Say (1803; 1815; 1816). Para Cantillon, o empreendedor (entrepreneur) era aquele que adquire a matéria-prima por um determinado preço e a revende a um preço incerto. Ele entendia que, se o empreendedor obtivesse lucro além do esperado, isso ocorreria por que ele teria inovado (Filion, 1999). Desde o século XVIII, o autor já associava o empreendedor ao risco, à inovação e ao lucro, ou seja, ele era visto como pessoa que busca aproveitar novas oportunidades, vislumbrando lucro e exercendo suas ações diante de certos riscos. Diversos economistas, mais tarde, associaram, de um modo mais contundente, os empreendedores à inovação e procuraram esclarecer a influência do empreendedorismo sobre o desenvolvimento econômico.
A visão dos behavioristas	Na década de 1950, os americanos observaram o crescimento do império soviético, o que incentivou David C. McClelland a buscar explicações a respeito da ascensão e declínio das civilizações. Os behavioristas (comportamentalistas) foram, assim, incentivados a traçar um perfil de personalidade do empreendedor (Filion, 1999). O trabalho desenvolvido por McClelland (1971) focalizava os gerentes de grandes empresas, mas não interligava claramente a necessidade de auto realização com a decisão de iniciar um empreendimento e o sucesso desta possível ligação (Filion, 1999).
	Ainda que a pesquisa não tenha sido capaz de delimitar o conjunto de empreendedores e atribuir-lhe características certas, tem propiciado uma série de linhas mestras para futuros empreendedores, auxiliando-os na busca por aperfeiçoar

A escola dos traços de personalidade	aspectos específicos para obterem sucesso (Filion, 1991a). Dado o sucesso limitado e as dificuldades metodológicas inerentes à abordagem dos traços, uma orientação comportamental ou de processos tem recebido recentemente grande atenção.
--------------------------------------	--

Fonte: Filion (1995) apud Chiavenato (2005, p. 6). Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.

Dentro deste contexto, o surgimento do termo empreendedorismo se manifesta desde os ancestrais, pois eles já eram aptos conforme atitudes empreendedoras, por meio de suas habilidades para conduzirem seus próprios negócios. As primeiras comprovações de empreendedorismo são através da agricultura, que por meio de suas sobras, eles faziam trocas de produtos para compensar seus bens particulares. Consta também o avanço das construções por meio das descobertas que são frutos até hoje dessa constante inovação. Um bom tempo depois, por volta do século XVII, foram surgindo acordo entre a burguesia e governo para a produção, que também é referência para um meio de empreender

No Brasil, conforme já citado anteriormente, o empreendedorismo foi ampliado no começo da década de 1990, conduzindo uma forte influência na economia. Para que houvesse uma forma de competir com os produtos que eram importados aconteceram algumas inovações por meio de ideias. Desta forma, o povo brasileiro tomou a iniciativa e começou a apresentar novas oportunidades para que surgissem novos negócios, e com isso novos projetos que viessem a destacar-se no mercado. Assim, foi através de atitudes como essas que o empreendedorismo foi ganhando destaque e começando a se erguer em nosso país.

Desta maneira, com o passar do tempo, o empreendedorismo foi ganhando um crescimento significativo, nos últimos anos, recebendo muitas evidências em função do aumento significativo de ações que foram desenvolvidas através desse tema (Dornelas, 2008, p.20). Depois disso, ganhou um espaço de destaque na sociedade, e daí em diante foi se tornando uma ferramenta de destaque para muitos indivíduos, um passo de motivação para as pessoas, que através da realização se tornam motivadas para que sujeitos consigam atingir os seus objetivos, promovendo um maior desenvolvimento econômico naquele local em que a empresa está inserida. (Salim; Silva, 2013)

Sendo assim, por meio de um constante avanço, o empreendedorismo no Brasil vem se destacando cada vez mais através da inovação. Esse destaque é referência por

causa de sua forma em conduzir a empresa no meio em que ela está inserida, para uma melhoria contínua.

### 2.3 Perfil Empreendedor

Para Chiavenato (2005, p.5) são várias as definições que possuem um empreendedor para garantir o sucesso ao transformar suas ideias em seu negócio. O empreendedor é a pessoa que vai gerar os acontecimentos dentro da organização, pois possuem uma fácil percepção do seu negócio, como a capacidade de identificar as oportunidades e assim modifica suas ideias e as torna reais para seu benefício. Ele afirma:

Na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal-estruturada em algo concreto e bem sucedido do mercado. (Chiavenato, 2005, p.7)

Chiavenato (2005, p.8) cita algumas características atribuídas aos empreendedores, segundo ele são: autoconfiança, enxergar a precisão de realização e prontidão para se arriscar. Ainda mais, os empreendedores têm visão futuras na forma de vislumbrar as necessidades do seu negócio. São vistos como indivíduos de ação, onde uma de suas características principais é a tomada de decisão na hora correta e também em diversas situações, tornando um motivo principal para a organização. Sua coragem de buscar conhecimento, às vezes em que adentram no ramo do empreendedorismo, também se torna uma característica do empreendedor, e ainda mais quando tem conhecimento adquirido, isso pode gerar um entendimento especialista gerando até um aprendizado mais conceitual.

Conceituando estas características empreendedoras podemos observar no quadro 2 a seguir:

Quadro 2: Características básicas que identificam o espírito empreendedor

Necessidade de Realização	A necessidade de realização é quando existe uma diferença individual na percepção que o indivíduo tenha na precisão de execução das tarefas. Existem aqueles que têm poucas necessidades de realização, porém se satisfazem com o que possuem. Entretanto, também existem indivíduos que têm a alta necessidade de realização e que gostam de disputar essa superioridade e tendem a serem responsáveis por tarefas e atividades propriamente atribuídas a si mesmos.
Disposição para assumir riscos	Qualquer empreendedor ao abrir o seu negócio ele não estará dispensado de assumir riscos, sendo financeiros, por meio do seu investimento feito com seu próprio dinheiro, como de abandono em meios mais seguros, como empregos anteriores; riscos psicológicos através da possibilidade do negócio não fluir; como riscos familiares onde se envolve a família ao meio do empreendimento. Contudo, existe uma relação entre os indivíduos que têm a necessidade de realização com estes que encaram os riscos, isto consiste em que eles preferem situações arriscadas até o ponto em que conseguem exercer determinado controle pessoal sobre o resultado.
Autoconfiança	Para quem possui autoconfiança se sente como que pode enfrentar qualquer desafio que exista ao seu redor e garante um grande domínio acerca da situação que o envolve. Pesquisas demonstram que os empreendedores são indivíduos independentes que encaram problemas relativos a um novo negócio, mas imaginam que seu conhecimento e suas habilidades superam qualquer problema. Existem duas formas de sucesso, onde as pessoas sentem que seu sucesso depende de seus próprios esforços e habilidades e tem um foco interno no controle, em contrapartida, as pessoas que sentem ter a vida controlada muito mais pela sorte ou pelo acaso, visando o foco externo de controle.

Fonte: Elaboração Própria, baseado em Chiavenato (2005).

Mesmo assim, não são todos os empreendedores que assumem este objetivo ou esta meta para a vida, mas existem aqueles indivíduos que arriscam esse modo para escaparem de algum fator ambiental. Knight apud Chiavenato (2005, p.10) descreve a existência de diversos fatores que correspondem ao impulso que determinadas pessoas possuem ao abrirem seu próprio negócio e ele designa esses seres como sendo refugiados. Assim, existem diversos tipos de refugiados, como podemos ver no quadro 3 a seguir:

Quadro 3: Fatores ambientais que impulsionam a novos empreendedores.

Refugiados estrangeiros	São indivíduos que fogem de restrições políticas, religiosas e econômicas de seus países de origem atravessando fronteiras nacionais. Normalmente, eles tomam essa atitude por discriminações ou desvantagens, como cultura, língua ou entre outros. Isso ocorre na busca de um emprego assalariado em países diferentes e, assim, iniciam um novo empreendimento.
Refugiados corporativos	São indivíduos que saem de ambientes burocráticos, como pequenas e médias empresas, assim, buscando abrir seu próprio empreendimento. Muitos desses, vivenciando situações desagradáveis no trabalho, processos decisórios centralizados, transferências impostas e até mesmo um ambiente indesejável, encontram uma alternativa de gerar um novo empreendimento.
Refugiados do país	São indivíduos que deixam a família para demonstrar aos pais que conseguem ser independentes, fazendo suas coisas por conta própria.
Refugiados do lar	Indivíduos que começam o próprio negócio logo após o crescimento dos filhos ou quando se veem longe das responsabilidades de casa.
Refugiadas feministas	Mulheres que sofrem preconceito e discriminação ou até mesmo restrições em determinadas empresas e optam por abrir seu próprio empreendimento para que possam comandar independentemente dos outros.
Refugiados sociais	São indivíduos alheios à cultura, onde buscam prevalecer na empresa para uma atividade como empreendedores.
Refugiados educacionais	Indivíduos que se sentem cansados da vida acadêmica e decidem abrir seu próprio empreendimento.

Fonte: Elaboração Própria, baseado em Chiavenato (2005).

Além disso, Smith apud Chiavenato (2005, p.11) aponta que existe uma diferença no estilo dos empreendedores fazerem seus negócios. É apresentado que existem dois padrões diferentes colocados em extremidades, sendo ele: empreendedores artesãos e empreendedores oportunistas. Os empreendedores artesãos são designados como pessoas que iniciam seu próprio negócio com apenas suas habilidades e tendo pouco conhecimento acerca da gestão de negócios. Seu entendimento é destinado apenas a capacitação técnica e, apesar disso, sua experiência se baseia no trabalho, mas, não se limita apenas nisso, tem a capacidade de se comunicar bem, avaliar o mercado, tomar decisões e gerir o próprio negócio. Ele se caracteriza por:

1. Se baseia na orientação de tempo a curto prazo, com pouco planejamento no futuro com crescimento ou mudança.

2. Tem a ação de dirigir seu negócio como se estivesse dirigindo sua família, ou seja, é paternalista.
3. Se baseia em delegar autoridade, ou seja, é centralizador.
4. Utiliza uma ou duas formas de capital para iniciar o empreendimento.
5. Define a estratégia de marketing da empresa por meio da utilização do preço tradicional, da qualidade e da reputação da empresa.
6. Se esforça para vender apenas por razões pessoais.

Para Chiavenato (2005, p. 11), o empreendedor artesão é aquele indivíduo que surge com seu empreendimento através de atitudes independentes, como se estivesse se aproveitando de situações já existentes. Ele exemplifica descrevendo da seguinte maneira: “O empreendedor artesão, em geral, é o mecânico que começa uma oficina independente, o profissional que trabalha em um salão de beleza e que abre um novo em outro local para aproveitar sua experiência profissional e ampliar horizontes.”

Continuando na mesma linha de pensamento, é enfatizado também o segundo modelo de empreendedor: empreendedor oportunista. Neste lado, o empreendedor é visto como um indivíduo que tem sua educação centrada na técnica complementada com estudos e conhecimentos em áreas mais amplas, como administração, economia, legislação ou línguas, seriam empreendedores que procuram ter conhecimento para sua atuação, buscando sempre estudar e entender mais, e são caracterizados por:

1. Evitar a questão do paternalismo na condução da equipe.
2. O indivíduo encarrega autoridade necessária para os membros da equipe na visão de crescimento da organização.
3. Emprega estratégias de marketing e dedicação nas vendas fazendo com que se torne mais variado.
4. Obtém capital original por meio de duas ou mais formas.
5. Planeja um futuro de crescimento para o empreendimento.
6. Utiliza sistema de registro e controle para melhor dirigir o negócio, faz orçamento mais preciso, avalia oferta apropriada e realiza pesquisa de mercado.

Com isso, temos a diferença de dois estilos de empreendedores e que constituem duas diferentes formas de abordar e gerenciar. Por um lado temos o empreendedor artesão, visando sua intensidade a imaginação e que conhece o produto. Já no outro, o empreendedor oportunista que tem experiência e é bem instruído, que usa métodos gerenciais sistemáticos, trazendo uma abordagem científica na gestão de negócios.

Já seguindo o pensamento de Dornelas (2005, p.5), ele nos apresenta algumas particularidades atribuídas aos empreendedores de sucesso: São pessoas capazes de conduzir suas ideias até a concretização delas, somando significância ao seu serviço, ao seu produto e ainda mais a sua empresa, ou seja, são membros capacitados para fazerem a diferença e sabem como trabalhar no meio das oportunidades que a organização tenha a ganhar mais vantagem, pois é uma pessoa que está sempre atenta e solícita para identificar as oportunidades que os de fora não veem.

Uma particularidade dos empreendedores, visto como característica bastante conhecida, é a forma como eles assumem riscos para alcançarem suas metas, mas tudo sobre forma calculada. Esses riscos vistos por eles são de forma cautelosa e abrange todos os aspectos da organização, visando um planejamento bastante completo, traçando formas que possam ser reduzidos. Os riscos são vistos como um fator positivo para o perfil empreendedor, visto que superando e visualizando os resultados obtidos ele consegue compreender o quão foi capaz de enfrentar e superar com êxito. (Dornelas, 2005, p.5).

Seguindo o pensamento do mesmo autor, ele defende uma das características bastante presente nos empreendedores, que se refere a dois fatores, que são essenciais na criação de um negócio, sendo a determinação e a dedicação, que a partir daí reconhece a força de vontade de fazer acontecer, fazendo com que tenha o seu objetivo alcançado. Nessa mesma perspectiva, Dornelas (2005, p.5), define o networking como um motivo essencial no crescimento da vida de todo e qualquer empregado, deste modo se referindo ao empreendedor não seria diferente, visto que o seu contato com clientes, fornecedores e afins se torna indispensável.

Desse modo, Dornelas (2005. p.37) afirma que o empreendedor é aquele que encontra a oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo os riscos calculados. Então, para sua concepção a definição de empreendedorismo se baseia em três aspectos relacionados ao empreendedor.

1. Determinação para criar um negócio e ter amor pelo que faz.
2. Usa os meios disponíveis de modo criativo mudando o ambiente social e econômico onde está.
3. Se aceita em assumir riscos e possibilidade de fracasso.

Permanecendo na mesma perspectiva de caracterização de determinadas qualidades para um empreendedor criar o seu negócio, Chiavenato (2005 p.16), aponta que o planejamento se faz necessário para que se obtenha sucesso dentro de qualquer organização, que é de muita importância planejar bem cada passo a ser tomado para as decisões do meio da empresa, desde o pontapé inicial do plano de negócio, até a apresentação para seus investidores, vislumbrando toda estratégia de como irá funcionar.

Para Chiavenato (2005, p.18), o empreendedor dedica-se a considerar seus funcionários, apesar de ser o líder, sabe reconhecer bem o papel deles e acima de tudo respeitar e orientar estas pessoas com quem ele lida na empresa, tornando uma equipe prestativa e mais próxima. E uma particularidade do empreendedor é que o seu objetivo não foca apenas em se tornar rico, mesmo se tornando, mas tem o pensamento de que o dinheiro é apenas o significado que o sucesso do empreendimento está se garantindo.

Confiança e amor são sentimentos existentes e mais presentes na vida de quem deseja empreender, e também naquele que já está criando o seu negócio, onde em diversas vezes é acompanhado da realização de um sonho, tornando-se um trabalho feito com mais dedicação e zelo e sem igual na forma que é feita, uma vez que a pessoa que está nesse comando conhece todas qualidades e características e ainda tem uma desejo de ser bem sucedido naquilo que é feito. Chiavenato (2005, p.18).

Um dos objetivos visados pelo empreendedor, tornando-se uma consequência, é a sua visão de valor na sociedade, pois através dela gera empregos para a população, movimentando a economia, e por meio do seu próprio empreendimento valoriza a contratação de novas pessoas gerando melhores condições de vida a elas.

Um indivíduo com um perfil empreendedor é capaz de designar várias habilidades, e através de seus conhecimentos, gerar novas oportunidades que venham no intuito de melhorar o meio interior e exterior de toda e qualquer organização, buscar recursos capazes de contribuir no desenvolvimento da organização e também se tornar capaz de promover grupos de pessoas que tenham a função de gerir novas

oportunidades de forma que alcance daqueles objetivos específicos. Pessoas como essas tem seu perfil totalmente destemido e estão sempre em busca de assumir essas suas ações mesmo com os riscos que são capazes de enfrentar.

O perfil de um bom empreendedor é compreendido através do desenvolvimento de seu papel no lado econômico da empresa, bem como da sociedade, que está na função de acompanhar as necessidades que aqueles indivíduos possuem. Ou seja, esses são alguns pontos que fazem com que consiga identificar as ideias desse profissional e até mesmo o seu modo de atuação. Dessa forma, seus pontos a serem avaliados se baseiam na sua criatividade, sua interação e também sua postura.

Mediante os aspectos expostos, um empreendedor ele não se faz de imediato, seu perfil é estabelecido com o passar do tempo, tendo como apoio suas experiências vividas com o seu cotidiano, aquilo que o conduz a chegar na sua concepção, sendo o meio profissional, escolar, familiar e a sociedade como um todo. Toda essa vivência faz com que vá ganhando experiências e que se construa uma personalidade, e em muitas das vezes favoreça suas habilidades e conhecimentos que tenha o propósito de resolver questões estabelecidas através de suas experiências e assim transformar em oportunidades.

Sendo assim, o empreendedorismo se destaca e está crescendo sempre mais no meio das empresas, visto como uma opção de inovação no mercado, sua atuação também deve ser observada, e por meio do que foi visto, observa-se que este ponto deve ser bastante elaborado quando se deseja abrir um novo negócio, visando sempre as características necessárias que o ajudem nessa decisão. Em meio a isso, o empreendedorismo se apresenta com grande importância, algumas qualidades são bastantes desejadas, mas para empreender existe um caminho a ser percorrido de muito trabalho, dedicação e persistência, e assim alcançar os primeiros passos para a garantia do sucesso.

### 3 EMPREENDEDORISMO NOS DIAS ATUAIS

#### 3.1 Qualidade, Preço do Produto e Comportamento do Empreendedor

Toledo (1994, p.2) diz que “O lançamento de novos produtos e a melhoria da qualidade dos produtos existentes são duas questões de grande relevância para a capacidade competitiva das empresas.” Schumpeter, destaca em sua teoria a destruição criadora, que é o inovar para ganhar no mercado, derrubando os concorrentes que não se apresentam conectados às inovações defendidas por ele.

O empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias. O empreendedor é a essência da inovação no mundo, que torna obsoletas as antigas maneiras de fazer negócios. Daí a chamada inovação disruptiva. (Schumpeter apud Chiavenato, 2005: p.8)

Para Kotler (2000) apud Sousa, Chagas e Carreira (2015) “Qualidade é a totalidade dos atributos e características de um produto ou serviço que afetam sua capacidade de satisfazer necessidades declaradas ou implícitas”. Dessa forma, mesmo com tantas definições existentes para o termo qualidade, onde todas se destinam para a valorização do cliente, por meio da satisfação que o cliente tem em adquirir o produto ofertado pelas empresas, isso faz com que utilizando esses serviços ofertados sejam condizentes com as necessidades almejadas em forma de substituir tais demandas da clientela.

Desta forma, a qualidade do produto se refere à maneira de como ele atende ao propósito pretendido, atende às necessidades dos clientes e está compatível com os padrões da empresa. Nisto, as organizações definem a qualidade de seus produtos com base em visão da fabricação, visão do cliente, como também na visão do preço do produto, onde irá determinar o seu preço e a sua negociação, chegando ao ato principal que a empresa deseja realizar, a venda. Assim, a qualidade do produto se assemelha com o preço do produto, pois um se torna resultante do outro.

Para Kotler (2000) apud Brasileiro, Leal e Bandeira (2006, p.2) os fatores fundamentais para a determinação do preço são: o preço dos concorrentes, o custo e a demanda dos clientes. A individualidade do produto, ou seja, sua distinção atingirá a avaliação dos clientes e posicionará o mesmo para a concorrência. Assim, quanto maior for a sua individualidade maior será a possibilidade de cobrança de um preço mais elevado.

Porém Dolan e Simon (2002) apud Brasileiro, Leal e Bandeira (2006, p.3) são mais particulares ao defenderem que é o mercado quem define o preço do produto, tocando para as organizações serem as responsáveis por conseguirem promover esses resultados. Assim, para esses autores, as causas que definem os preços dos produtos devem ser baseadas na percepção dos consumidores.

Contudo, Aaker (1998) apud Brasileiro, Leal e Bandeira (2006, p.3) explica que a relação existente entre preço e qualidade do produto depende também de outras sugestões percebidas, seja pelo consumidor, ou pelo próprio produto. Desta forma, o preço tende a ser sugestões de qualidades sempre que outros não estiverem disponíveis para o consumidor, ou seja, não havendo informações do produto ou serviço o consumidor irá associar o preço a qualidade, sendo uma oportunidade do mesmo optar pela sua melhor escolha.

Neste contexto, o comportamento do empreendedor vai ser de grande importância para identificar oportunidades a fim de gerar novos negócios, bem como discernir uma oportunidade para prosperar em um novo mercado, usando uma matéria-prima nova ou novas formas de produção. (BARON; SHANE, 2007) apud Meira, Marques e Vier (2010, p.4)

Desta forma, o comportamento deste empreendedor, precisa avaliar todo o processo que está inserido e a atividade na qual está incluído, considerando as condições econômicas, tecnológicas e sociais buscando criar oportunidades. Os empreendedores são aqueles que reconhecem oportunidades; como os efeitos sociais e econômicos ocasionados pelo desenvolvimento. (BARON; SHANE, 2007) apud Meira, Marques e Vier (2010, p.4)

Para Plonski (2006) apud Carlos (2008, p.7), a inovação é uma nova ideia acrescentada com sucesso gerando resultados econômicos ou sociais. De acordo com Moraes apud Carlos (2008, p.7), a inovação tecnológica é representada por um processo de instrução constante e cumulativo das empresas para melhorar produtos/serviços, processos e formas de gestão, modelo de interação social, de modo a aumentar a produtividade, conhecimentos e competitividade.

Dentro deste contexto, o comportamento do empreendedor vem ganhando destaque, através de seus novos métodos de inovação, que conduz uma maior abrangência no que se diz respeito à inovação e criatividade, bem como também,

avanços, quanto a qualidade do produto e preço, fatores fundamentais na sobrevivência de toda e qualquer organização.

Dornelas (2003) apud Sousa, Teixeira, Silva destaca que o motivo do empreendedorismo ter se otimizado no atual momento, aconteceu através do avanço tecnológico que para isso necessita-se de um maior número de empreendedores. Diante disso, este avanço faz com que novos empresários e empresas adotem modelos diferentes, atuando em novos mercados através do empreendedorismo.

Tecnologia e empreendedorismo são dois termos conjuntos. Se torna quase que impossível empreender sem utilizar os meios existentes dessas últimas décadas, como a internet, a computação, os sistemas integrados de soluções empresariais, plataformas digitais e tantos outros modos. Esses métodos são fundamentais para que ajude na atuação da mão humana por meio do seu potencial, que neste caso é forma de inovar por meio da criatividade ao invés de apenas utilizar tarefas repetitivas.

Desta forma, o modo de empreender vai mais além do que apenas usar da tecnologia, mas compreender a forma de dominá-la para a fim de utilizá-la por meio de seu capital intelectual na criação de soluções de problemas já existentes perante seus clientes. Portanto, associar empreendedorismo e tecnologia significa engrandecer o mundo de negócios, fazendo com que ganhe uma diferença no meio que se atua.

A tecnologia não apenas ajuda ao empreendedorismo, ela sustenta de diversas maneiras, vai de um simples uso da calculadora até mesmo a utilização de grandes softwares. Por meio da tecnologia as empresas tendem a crescer, aumentar sua produtividade, administrar seus processos e ganhar resultados positivos através de seus benefícios, como: agiliza a comunicação, agiliza a realização dos processos, aumenta a produtividade da equipe, dentre outros.

### **3.2 Respeito ao Meio Ambiente e Comportamento do Empreendedor**

O empreendedorismo sustentável é uma abordagem que vem se destacando bastante nesses últimos anos, além de ser um tema novo no meio social, tem ganhado conhecimento dentro da área do empreendedorismo. Ele surge através de grandes números de pesquisas referente a assuntos como negócios, meio ambiente e responsabilidade social, que são expostas como respostas à demanda de mudanças das organizações que tenham ligação referente às suas atitudes sociais e ambientais.

Para Borges et al. (2011) apud Ribeiro, Aparecida (2016, p.2) o empreendedorismo sustentável é de pouco conhecimento e até mesmo, sem muita referência na área destinada à pesquisa, dentro dessa temática. Sendo assim, se tem uma maior necessidade de se explorar mais acerca da relação do empreendedorismo com a sustentabilidade ambiental, sendo compreendido como empreendedorismo sustentável.

Até o início do século XX, as empresas expandiram e cresceram em seus espaços sem pensar muito sobre os impactos que possivelmente causaram ao meio ambiente, e esse progresso era visto como uma consequência do crescimento e desenvolvimento econômico. No entanto, com o aumento do mercado consumidor e a evolução das empresas, foi crescendo também o número de resíduos e de matéria-prima, mas somente a partir de 1960 foi-se questionado este modelo de desenvolvimento em vigor referente aos impactos sociais e ambientais que foram gerados, afirma Borges et al (2011) apud Ribeiro, Aparecida (2016, p.2).

A partir então da metade do século XX, começa a surgir o termo “desenvolvimento sustentável” perante estudos da Organização das Nações Unidas referente a mudanças climáticas, sendo apresentado no Relatório de Brundtland de 1987, firmado na Agenda 21, documento desenvolvido na Conferência Rio 921, e logo depois implementados em diversas outras agendas mundiais sobre desenvolvimento e direitos humanos. (Barbosa, 2008) apud Ribeiro, Aparecida (2016, p.2)

Entretanto, Borges et al (2011) apud Ribeiro, Aparecida (2016, p.3), afirma que a partir desses movimentos se torna uma forma de conhecimento da empresa a necessidade de discutir dentro das organizações sobre essa temática, como gestão ambiental e responsabilidade social empresarial. Desta forma, os empreendedores começaram a se preocupar e tomar conhecimento em meio a essa questão. Assim, Pimentel (2010) apud Ribeiro, Aparecida (2016, p.3), enxerga a precisão de instalação dos processos de sustentabilidade nas empresas, que por meio da adoção desses métodos sustentáveis surgem novas oportunidades exploradas pelos empreendedores.

No entanto, Borges et al (2011), destaca que são encontradas diversas dificuldades através dos empreendedores que necessitam realizar não apenas atividades no campo econômico. Desse modo, se faz necessário desde o início a implementação dos princípios básicos do desenvolvimento sustentável para aderir produtos que tenham menos custo ou que agreguem outras características destinadas ao seu rendimento.

Nesse sentido, uma outra dificuldade apresentada pelo mesmo autor é a exigência de recursos e tecnologias que muitas vezes impossibilitam os produtos de serem comercializados.

Muitos estudiosos consistem em chamar o empreendedorismo sustentável, também de empreendedorismo orientado à sustentabilidade, porém é compreendido da mesma maneira. Este conceito representa o empreendimento que visa no seu trabalho de lucratividade, o desenvolvimento que é responsável pelo meio ambiente, como também, pelo meio social que está inserido. Vale ressaltar que o empreendedorismo sustentável não tem seu objetivo firmado apenas na conservação do meio ambiente e dos recursos naturais, mas se preocupa com o meio social, designando ao desenvolvimento humano como também o trabalho de forma ética.

É essencial buscar sempre desenvolver novos empreendimentos que tenham o foco na satisfação do cliente, procurando serviços e produtos inovadores que atraiam por meio da melhoria contínua, como os processos e também acompanhando políticas que integrem o sistema de gestão da empresa, como: Relações baseadas na ética, no cumprimento das legislações e no respeito ao cliente, sociedade, meio ambiente, colaboradores e fornecedores; minimizar, e onde possível, eliminar os impactos ambientais e riscos à saúde gerados pelas atividades da empresa; inovar constantemente buscando inspiração nas necessidades dos clientes; dentre outros.

Contudo, o empreendedorismo sustentável é composto pelo ambiente social e econômico. Desta maneira, as empresas que adotam maneiras relacionadas a este meio tendem a se firmar e buscar sempre o sucesso, acarretando uma maior lucratividade. Assim, através desses métodos muitas empresas se destacam por ações condizentes a boas atitudes relacionadas à sustentabilidade, tema bastante importante nos dias atuais, agregam valor ao seu produto de venda

### **3.3 Atendimento, Diversidade Cultural e Comportamento do Empreendedor**

Para Kotler e Armstrong (2003) apud Sousa, Chagas e Carreira (2015, p.2), atrair clientes é uma tarefa difícil. Os clientes atualmente encontram uma grande variedade para escolher produtos, preços e marcas. Com isso, entender sobre a temática qualidade ao atendimento do cliente é de suma importância para que a empresa conquiste um crescimento significativo, seja através de um bom atendimento, onde é nesse quesito que as empresas agregam valor a sua imagem. Quando o empreendedor

procura obter conhecimento na qualidade e fidelização dos clientes, ele está usando de técnicas para atraí-los e cultivá-los, gerando uma forma de se defender de sua concorrência, ou seja, estará trilhando caminhos para que se alcance sucesso e lucratividade.

O atendimento ao cliente é um assunto de grande importância para qualquer organização. São encontradas sempre novas formas que correspondem à expectativa de diversos públicos. O assunto da diversidade é bastante abordado nos variados setores das organizações. Esta definição relaciona-se a vários aspectos e está ligado a diversos outros assuntos como a inclusão e o posicionamento organizacional.

Para que o cliente se sinta satisfeito ele não precisa apenas adquirir um produto ou até mesmo resolver uma demanda específica. E isso quer dizer que sobretudo é essencial investir no bom relacionamento com o cliente que desta maneira inclui a diversidade no atendimento ao cliente.

Para a sobrevivência do empreendimento, se faz necessário um bom atendimento ao cliente, mas muitas vezes algumas empresas deixam de lado esses fundamentos se preocupando apenas em gastar suas energias no produto, no marketing, esquecendo de oferecer um atendimento que seja satisfatório. Desse modo, se faz necessário dizer que um mau atendimento abre as portas para a concorrência.

Nessa perspectiva, além do que fora dito anteriormente, é importante ressaltar que um bom atendimento, também passa pela diversidade, que se trata em primeiro lugar da multiplicidade dentro da equipe de trabalho, deixando de lado, muitas vezes, padrões físicos e comportamentais bem específicos. O caminho a ser seguido é simples: as organizações devem estar atentas e acompanhar as mudanças da sociedade, tendo em mente que o atendimento ao cliente deve passar pela diversidade cultural, de gênero racial e comportamental de qualquer lugar que seja.

Thomas Jr. (1991) apud Mitiko e Galego (2005, p.5) apresenta uma definição mais ampla acerca do conceito de diversidade, e ele apresenta que a diversidade é algo que inclui a todos e não é apenas definido por abranger raça ou gênero. Para eles é um conceito mais abrangente e engloba: “a idade, história pessoal e corporativa, formação educacional, função e personalidade. Inclui, também, estilo de vida, preferência sexual, origem geográfica, tempo de serviço na organização, status de privilégio ou de não-privilégio e administração e não-administração.”

Dado o exposto, não se pode negar que a satisfação do cliente é um dos principais pontos para que um determinado empreendimento obtenha sucesso. Logo, para que exista essa concreta satisfação do cliente, depende do que ele conseguiu ver em relação ao serviço desempenhado em comparação às expectativas criadas, se não corresponder tais expectativas ele ficará insatisfeito, se corresponder sua satisfação será total.

O atendimento, além de trazer benefícios para o empreendimento, faz com que melhore a imagem da empresa, o bom atendimento à diversidade cultural deve ser encarado como um serviço de qualidade para toda a sociedade. Apesar do atendimento ser realmente inclusivo, é importante ressaltar também, a diversidade geracional, cultural e comportamental da sociedade.

O'Mara (1994) apud Mitiko e Galego (2005, p.12) afirma que muitas empresas condizem com a diversidade cultural não porque é a coisa certa, como uma organização cidadã, mas porque se relaciona com os empreendimentos. Assim, através desse pensamento são apresentadas quatro razões empresarias que servem para gerenciar a diversidade cultural, que são: “1) adicionar vantagem competitiva em recrutamento e retenção; 2) melhoria na produtividade, qualidade, times de trabalho, criatividade e satisfação no trabalho; 3) melhoria no serviço ao consumidor e marketing; 4) redução da discriminação e assédio sexual.”

## 4 METODOLOGIA

A metodologia se baseia na investigação e sistematização que se tenha um resultado alcançado por meio de suas finalidades. A metodologia é designada em um nível mais aplicado onde são avaliados, discutidos e examinados os métodos e técnicas de pesquisas que irão servir como base na contribuição e encadeamento das informações, visando a junção e solução dos problemas em tese.

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica embasada no tema do trabalho, em que esse modelo de pesquisa se relaciona como uma produção científica, pois é realizada através de textos, artigos, jornais, revistas e vários outros tipos de busca. Para Macedo (1994, p.11), a pesquisa bibliográfica é definida como a busca de informações condizentes com o problema da pesquisa, tratando de uma varredura do que existe sobre o assunto e o que os autores explanam sobre o mesmo assunto, a fim de que não se crie ideias relacionadas à temática.

A metodologia utilizada neste trabalho foi o estudo de caso. Para Ponte (2006, p.2) o estudo de caso se baseia na investigação de algo particular, ou seja, que se delimita a uma situação específica sendo ela única ou especial, em alguns pontos, visando descobrir certos aspectos, procurando encontrar o que seja mais característico e peculiar e, dessa forma, contribuir para a compreensão de algum fenômeno de interesse. De tal maneira, o objetivo deste trabalho é encontrar respostas para sua problemática. O instrumento de pesquisa foi a entrevista, onde foi realizada com os empreendedores do segmento de restaurantes do município de São Mamede, no interior da Paraíba.

Para Duarte (2004) a entrevista é fundamental quando se necessita mapear práticas, crenças, valores e sistemas classificatórios de universos sociais específicos, para além disso, serem bem delimitados, onde ideias e contradições não estejam claramente explícitas. Sendo assim, a entrevista é uma forma de coletar dados de modo racional, para conduzir com êxito um assunto organizado com conhecimentos, através do mínimo esforço de tempo.

Ainda para Rosa e Arnold (2006) a entrevista na pesquisa qualitativa surge como meio de coleta de dados, responsável por resultados e, inúmeras vezes, possibilita intervenções para a solução dos problemas apresentados e detectados em determinado estudo.

A entrevista seguiu por meio de um roteiro com 13 perguntas relacionadas ao perfil e o comportamento dos empreendedores entrevistados e foi desenvolvida entre os dias 16/05 a 20/05 no próprio município de São Mamede - PB, onde o trabalho é designado. A pesquisa possui uma abordagem qualitativa, onde o objetivo é descrever a caracterização do assunto abordado. Sendo assim, pode considerar a pesquisa como sendo ela semiestruturada, onde os entrevistados concediam a liberdade de adentrar em assuntos que não faziam parte do quadro de perguntas, mas que se remetiam ao interesse do conteúdo abordado.

Para Neves (1996), a pesquisa qualitativa tem diferentes significados no campo das ciências sociais. Sendo uma junção de diferentes técnicas interpretativas que visam descrever e decifrar os componentes de um sistema repleto de significados.

Portanto, foi feito o uso desse modelo de pesquisa para a coleta de dados com o intuito de responder os objetivos específicos deste trabalho. Para tornar válidas as perguntas da entrevista, houve a análise de um professor orientador, para assim ser realizado o estudo.

## **5 RESULTADOS E DISCUSSÕES DO PERFIL E COMPORTAMENTO DOS EMPREENDEDORES NO SERTÃO PARAIBANO**

### **5.1 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE ESTUDO**

Este ponto é destinado a ressaltar os resultados obtidos através das entrevistas realizadas com os empreendedores dos restaurantes localizados no município de São Mamede - PB. O município de São Mamede - PB é inscrito no CEP 58.625-000, sua área territorial equivale a 530.724 km<sup>2</sup> e está localizado no sertão da Paraíba, mais precisamente na região demográfica de Patos - PB e pertencente a área demográfica também de Patos - PB. De acordo com dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), a cidade tem 7.682 mil habitantes, dados relativos ao ano de 2021.

O município de São Mamede - PB tem sua escolarização estimada em 99% da população entre 6 a 14 anos. O índice de desenvolvimento humano municipal é de 0,641. Se tratando de economia, o PIB per capita do município é de 9.835,01 R\$.

Segundo dados do IBGE, em 2020, o salário médio mensal era de 1.8 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 7.7%. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, havia 43.9% da população nessas condições.

Os setores da economia são segmentos em que se dividem as atividades econômicas e produtivas da sociedade. A divisão se dá entre os setores: primário, secundário e terciário. O setor primário por sua vez, corresponde a agricultura e pecuária, e, principalmente na realidade do município de São Mamede, a agricultura se torna uma das principais fontes de renda, pois a grande parte da população local mantém suas atividades econômicas por meio do cultivo, compra e venda de produtos agrícolas. A pecuária por sua vez, também ganha destaque, pois mesmo o município estando localizada no sertão paraibano, e tendo poucas chuvas durante o ano, a criação de gado e outros animais de corte é predominante, pois a cidade apresenta um forte consumo sobre carnes, e isso faz com que o pecuarista, consiga manter seu rebanho e garantir uma renda por meio da venda dos animais para o abate, semanalmente.

O setor secundário se caracteriza por meio das indústrias, no entanto, por ser uma cidade de pequeno porte, São Mamede não tem nenhuma indústria local, não

obstante em tempos de outrora, já foi sede das conhecidas “usinas de algodão”, mas com o passar dos tempos e a escassez dessa matéria prima, foi necessário encerrar as atividades indústrias aqui localizadas e desde então nenhuma outra indústria fixou-se por aqui, fazendo com que a população sobreviva praticamente do setor primário.

Por sua vez o setor terciário que agrega os serviços, formais ou informais, prestados nas mais diversas áreas, e também as atividades comerciais, em nossa realidade, o município conta com uma forte participação no setor de serviços. Contando com a prefeitura municipal, supermercados, pequenas lojas, óticas, restaurantes, sendo o foco dos empreendimentos no trabalho e etc, esses estabelecimentos geram um meio de renda para a população do município, dando-lhes para as pessoas um poder de compra, uma melhoria na qualidade de vida

A Análise dos resultados encontrados estão discorridos em três tópicos de acordo com os temas aplicados no formulário de entrevista. De início são apresentadas as características básicas dos entrevistados e logo em seguida é colocado em evidência os assuntos de interesse do trabalho e as questões abordadas.

## 5.2 Dados Gerais da Pesquisa

De acordo com os dados que foram recolhidos por meio da entrevista aos empreendedores, o estudo buscou caracterizar o perfil e o comportamento de cada empreendedor que se disponibilizou para a realização desta pesquisa.

Inicialmente, procurou-se reconhecer qual gênero era mais predominante entre os empreendedores no segmento de restaurantes. Além disso, também buscou-se identificar questões como: estado civil e grau de escolaridade. Esses dados podem ser visualizados no quadro a seguir.

Quadro 4 - Caracterização dos entrevistados

Características	Números dos Entrevistados	Porcentagem
Gênero		
Masculino	4	80%
Feminino	1	20%

Escolaridade		
Fundamental Incompleto	1	20%
Ensino Médio Incompleto	0	0%
Ensino Médio Completo	3	60%
Superior Completo	1	20%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Conforme o quadro 01, existe uma diferença em relação ao gênero, onde dos 5 entrevistados da pesquisa, cerca de 1 (20 %) são do gênero feminino, enquanto o gênero masculino possui a predominância dos empreendedores, com 4 entrevistados, sendo (80 %). Observa-se que o gênero masculino foi predominante na pesquisa, podendo estar relacionada a fatores como baixo interesse do público feminino em empreender nesse setor do ramo alimentício, comparado ao gênero masculino, que se destaca no segmento de restaurantes.

Em relação ao grau de escolaridade, a tabela apresenta que o ensino médio completo demonstra ser predominante em meio aos entrevistados, atingindo cerca de 60 %, ou seja, 3 dos 5 empreendedores. Posteriormente, vem os que contam com o ensino superior completo, alcançando 20% e os que possuem fundamental incompleto, onde dispõe de 20 %.

No que diz respeito ao estado civil dos empreendedores entrevistados, percebe-se que 100% são casados (as). Constata-se, então, que o estado civil casado nessa nossa pesquisa é comum entre os empreendedores.

### **5.3 Características e Perfil do Empreendedor**

Nesta seção são apresentados os resultados e as análises sobre as características e o perfil dos empreendedores que atuam no segmento de restaurantes no município em que o estudo foi realizado, São Mamede - PB. Para melhor compreensão de cada resposta foram designados os entrevistados através de letras, entrevistado A, B, C, D e E.

Como já vimos, o empreendedorismo é um método ou um processo de iniciativa utilizado para implementar novos negócios e aprimorar mudanças em empresas já existentes. Assim, para que exista esse processo se faz necessário ter uma pessoa ideal na realização desses procedimentos bem detalhados e, para isso, designamos esta pessoa como sendo o empreendedor, que a partir de então são indivíduos capacitados ou que estão buscando se capacitarem para realização de desejos pessoais em seus negócios. São atribuídas características para identificar um perfil adequado, de modo bem particular, a cada pessoa e, de forma mais ampla, é trabalhado nessa pesquisa as características e os perfis dos empreendedores entrevistados no segmento de restaurantes no município de São Mamede - PB.

Para melhor compreendermos e conhecermos um empreendedor é importante descrever suas características básicas, a fim de definir o seu espírito empreendedor. Então, por meio dessa pergunta, conseguimos identificar como cada empreendedor se reconhece neste ramo do empreendedorismo. O entrevistado A consegue identificar o seu espírito empreendedor como sendo inovador, por meio da concorrência que se torna grande, ele vê que existe a necessidade de buscar a inovação como forma de agradar o cliente através do investimento no próprio empreendimento. Coincidindo com a característica do entrevistado C, que se encontra em meio a um mercado competitivo, junto a amigos do mesmo ramo. Ele se designa como determinado, que através da concorrência faz com que exista uma maior necessidade de buscar o melhor para seu empreendimento, procurando melhorias para seu negócio.

Diferente das características dos entrevistados B, D e E, onde cada um se caracteriza de forma distinta. O entrevistado B identifica a alimentação como um fator predominante de sobrevivência, sendo um motivo fundamental para a existência humana e isso o encoraja a tornar o seu empreendimento com melhor qualidade. Já para o entrevistado D, seu espírito empreendedor é definido através de alcançar sua própria dependência financeira, baseado na vontade de estar sempre lidando com o público. Para o entrevistado E, ele se vê como um indivíduo prestativo, oferecendo qualidade ao atendimento para o cliente, qualidade nos produtos e nos serviços em que são ofertados.

Assim, se baseado no pensamento de Chiavenato (2005), o espírito de cada empreendedor é fundamentado na sua característica determinada através das oportunidades vistas no mercado, onde através desta observação irá aproveitar as chances encontradas para que seja feito um investimento na criação de seu negócio e

que venha a gerar resultados lucrativos. Então, por meio das características observadas e descritas pelos entrevistados podemos fazer um comparativo entre os entrevistados e o autor, igualando os pensamentos, pois os empreendedores revelam suas características através de medidas utilizadas que geram melhorias para os empreendimentos, observando sempre as oportunidades, as condições e exigências do mercado, visando bons resultados para seu próprio negócio.

Para que se alcance o objetivo de determinado empreendimento deve-se ter duas condições indispensáveis: a primeira é a capacitação do empreendedor e a segunda é o diagnóstico da realidade atual de mercado, seja no caso de abertura de um empreendimento ou mesmo na reestruturação de um já existente. Desta forma, tem-se as condições objetivas, indispensáveis para a tomada de decisão quanto ao investimento a ser feito no empreendimento desejado.

De acordo com o que foi relatado pelos entrevistados, temos como razões particulares, os seguintes motivos: para o entrevistado A, o que o impulsionou neste caminho foi logo após a conclusão de seu curso. Pois, sempre desejou ganhar seu próprio dinheiro e o curso deu força para isso. E, através do incentivo e apoio dos pais, iniciou com uma pequena venda de leite, e a partir daí surgiram novas oportunidades,, o mesmo fala que: “O incentivo e a força de vontade foram fatores que fizeram com que chegássemos até onde estamos hoje, e o que me faz ser um empreendedor é a minha força de vontade que tive naquela época e prevalece até hoje”.

Para o entrevistado B, o que o levou a ser um empreendedor, foi uma grande crise econômica estabelecida na época do presidente Fernando Collor de Mello, embasado na constituição familiar, onde acabara de casar e visava o crescimento de sua família, bem como na sequência do empreendimento deixado pelo seu pai. Já para o entrevistado C, o que o impulsionou a decisão de empreender foi quando ele optou em sair de uma empresa na qual trabalhava e que pertencia a esse mesmo ramo alimentício, assim tornando um prazer pessoal trabalhar naquilo que já conhecia e já havia se encontrado, gerando sua renda no seu próprio empreendimento e o seu próprio emprego.

Para o entrevistado D, a necessidade de buscar uma melhoria de vida fez com que hoje chegasse a ter o seu próprio empreendimento, onde o mesmo começou desde cedo, possuindo uma mercearia durante 14 anos e, após um processo de mudança de

rotina precisou-se mudar seu ramo, se encaminhando para o alimentício, onde hoje pode ser considerado algo muito novo. Porém, para o entrevistado E, o que o impulsionou a adentrar no mundo do empreendedorismo foi o esgotamento físico de trabalhar para terceiros e pela necessidade da busca de melhores condições de vida, optando por ingressar no mundo do empreendedorismo, começando aos poucos e aumentando cada vez mais o seu empreendimento.

Assim, Chiavenato (2005) também nos diz que nem todo empreendedor busca um novo objetivo ou meta na vida, mas existem os empreendedores que entram nos negócios para escaparem de algum fator ambiental, cita ele: refugiados estrangeiros, são pessoas que escaparam de restrições políticas, religiosas ou econômicas de seu país; refugiados corporativos, são aqueles que fogem de ambiente burocrático das médias e grandes empresas, iniciando negócios por conta própria; refugiados dos pais, são pessoas que abandonaram a família para demonstrar independência; refugiados do lar, pessoas que começam seu próprio negócio após o crescimento dos filhos ou quando saem das responsabilidades de casa; refugiadas feministas, são mulheres que sentem discriminação ou restrição e iniciam seu próprio negócio; refugiados sociais, são os alheios a cultura que prevalece na empresa e refugiados educacionais, pessoas que se sentem cansados dos cursos acadêmicos.

Desta forma, fazendo um comparativo com o pensamento do autor, podemos perceber que os entrevistados C e E se interligam no fator em que o autor nos traz a existência dos refugiados corporativos, que são aqueles indivíduos que fogem de ambientes burocráticos de médias ou grandes empresas e adentram no mundo do empreendedorismo como forma de buscar melhores condições de vida. Embasados por esse pensamento, conseguimos compreender que o entrevistado B se complementa ao pensamento do autor quando ele diz que existem os refugiados do lar, que são aqueles indivíduos que começam seu próprio negócio após o crescimento dos filhos e quando saem das responsabilidades de casa. Desse modo, compreende que o entrevistado optou pelo empreendimento visando a sua formação familiar. Para os entrevistados A e D, eles não se encontram dentro dessas ideias explanadas por Chiavenato (2005), pois foram motivos totalmente distintos que os fizeram ser empreendedores.

Apesar de existir um motivo que levou cada indivíduo a ser empreendedor existe também um estilo em que cada um busca se definir. Em relação ao entrevistado A, nos traz que baseado na coragem de empreender, mesmo como se estivesse no escuro, pois

não tinha conhecimento de nada, apenas o desejo de empreender, porém não sabia qual rumo seguir e, com isso, através de sua ideia inicial foi crescendo pouco a pouco, sempre investindo e colocando confiança e assim conseguindo alcançar o que é hoje, então se define como confiante.

Já o entrevistado B se define como sendo situacionista, pois ele adentrou nesta área por meio das virtudes das necessidades básicas econômicas de subsistência de forma inusitada pela questão de estar desempregado e casado há pouco tempo, utilizou a oportunidade existente do empreendimento que era comandado pelo seu irmão, teve iniciativa de se introduzir ao negócio como forma de subsistência, de obtenção de renda

Para o entrevistado C, ele se vê como oportunista, por já trabalhar no ramo alimentício, conhecendo a área, e hoje se sente destinado, através do conhecimento adquirido, a dar o seu melhor diariamente pelo seu empreendimento. Já o entrevistado D, se pauta no mesmo pensamento do entrevistado anterior, se identificando também como empreendedor oportunista, baseado na sua precisão de trabalhar por meio da falência de seu trabalho anterior acometido pela pandemia da covid-19, então na busca de oportunidades de sobrevivência começou a investir na venda de doces, logo após o fornecimento de quentinhas para o jantar e assim foi se encaminhando para criar o seu próprio empreendimento.

Para o entrevistado E, ele também se identifica como empreendedor oportunista, e ele se justifica dizendo o seguinte:

Apesar de estarmos em constante aprendizado decidi iniciar o meu próprio negócio com pouco conhecimento que tinha acerca do que já me envolvia, o ramo alimentício, pois já trabalhei na área e, com pouco entendimento adquirido e buscando sempre aprender mais fui me encaminhando aos poucos e assim posso dizer que busco a cada dia me dedicar mais e agregar mais conhecimento ao empreendimento, pois como já havia falado somos eternos aprendizes. (Entrevistado E; 2023)

Neste contexto, Chiavenato (2005) aponta dois estilos de empreendedores. Para ele, existem dois padrões básicos, o empreendedor artesão que é aquele que inicia um negócio com habilidades técnicas e um pequeno conhecimento da gestão de negócios, ou seja, o empreendedor artesão é aquele indivíduo que possui conhecimento e até já trabalhou no ramo, mas decide empreender de maneira própria para aproveitar sua experiência profissional e ampliar horizontes. Porém, também existe o empreendedor oportunista, que é aquele que possui educação técnica suplementada por estudos de

assuntos mais amplos, ou seja, é aquele indivíduo que planeja o crescimento futuro do negócio e que é experiente e tem boa instrução.

De tal maneira, os entrevistados C, D e E se identificam como empreendedores oportunistas, mas o entrevistado D não se encaixa dentro do pensamento do autor, pois o empreendedor oportunista estuda um crescimento futuro de seu negócio e planeja esse crescimento, já é experiente na área e tem conhecimento, sendo assim, ele se identifica como oportunista apenas por aproveitar oportunidades visualizadas de forma própria e não empreendeu de maneira estudada. Diferente dos entrevistados C e E, que se identificam como oportunistas, mas suas características baseadas na definição do autor se voltam para o empreendedor artesão pois trabalhavam no segmento de restaurantes e por vontades próprias, decidiram começar o seu próprio empreendimento, partindo da vontade de gerar seu próprio emprego e por meio dos conhecimentos adquiridos investiu na criação de novos negócios. Ainda assim, os entrevistados A e B não entram nestes estilos citados pelo autor, pois são idéias distintas.

A fim de caracterizar um perfil empreendedor é importante se conhecer e se identificar como agir neste ramo do empreendedorismo e para isso o entrevistado A identifica o seu perfil empreendedor como sendo uma pessoa dedicada, que se propõe a ser prestativo na ambientação, atendimento, boa qualidade na alimentação e melhor divulgação de seu empreendimento. Ele diz que critérios como esses são essenciais para tornar o empreendimento mais vislumbrado pela clientela e assim o motiva cada vez mais para a garantia de seu sucesso. Já o entrevistado B se identifica como conservador, por optar mais pela questão da manutenção da qualidade dos alimentos existentes em seus tempos já vividos trazendo para os dias atuais.

O entrevistado C nos diz que: “ Me identifico como um homem que está na batalha e na busca de investir e procurar sempre o melhor para o meu empreendimento”. Já o entrevistado D se identifica como aquele que não deixa o cliente sair sem a sua mercadoria, se vê com prontidão para sempre atender a necessidade de cada cliente, buscando sempre o melhor atendimento e correspondendo às necessidades de cada um. E, para o entrevistado E, ele se identifica como aquele ser que gosta de fazer com muita vontade, é dedicado ao seu trabalho por gostar de atuar nesta área, buscando sempre o seu melhor e acima de tudo se doando com muita honestidade em tudo aquilo que faz.

Chiavenato (2005) define o empreendedor como: o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido do mercado.

Dessa forma, podemos comparar o pensamento de Chiavenato (2005), acima citado, com o dos entrevistados, onde todos os entrevistados buscam identificar as oportunidades existentes, transformando suas concepções em realidade, beneficiando a si mesmo, o empreendimento e a sociedade como um todo, tendo criatividade na transformação de ideias que servem de valor agregado aos negócios como forma de ser bem sucedido, fazendo com que suas ações aconteçam. Assim, compreende-se que o perfil empreendedor é de modo abrangente e se caracteriza por cada indivíduo possuir capacidades e características distintas agregando valor aos empreendimentos.

Por meio da caracterização do perfil empreendedor, é importante compreender a influência que este perfil traz e a maneira de como irá beneficiar o meio em que está inserido, de forma que perceba como induz nas práticas de ganho das empresas. Então, por meio disso o entrevistado A faz menção ao que se referiu em respostas ditas por ele em questões anteriores, onde o atendimento, a ambientação e a boa alimentação são aspectos que predominam o bem estar do cliente dentro do negócio, assim, através de seu esforço para garantir todos esses quesitos mencionados para a sua clientela ele estará promovendo o seu melhor para garantir sucesso a sua empresa.

Para o entrevistado B, ele avalia a influência de seu perfil empreendedor de forma bastante positiva e nos diz que: “Avalio positivamente, pois pelo fato de ser conservador usei também muita técnica de cooperativismo por trabalhar muito em equipe. Desta forma, foi também a força motiva que elevou o sucesso do empreendimento considerando como influente na união da empresa”.

Já o entrevistado C, diz que a influência de seu perfil atrai o cliente e torna-o firme na sua empresa sendo uma pessoa fiel ao seu empreendimento somando resultados lucrativos para o negócio. Ou seja, agradar o cliente trará sempre bons retornos da perseverança dele para a empresa. Porém, o entrevistado D relata que

através de sua experiência contida por mais de 20 anos atuando nesta área, pelo tempo que já tem se destacado neste segmento, ele se coloca como uma pessoa bem dada ao empreendimento, sempre agregando valor à sua forma de como se portar para com o cliente, agradando e oferecendo o melhor.

O entrevistado E, afirma que por meio de suas atitudes, garantindo ele, que são atitudes positivas para sua empresa, é baseado naquilo que gera lucratividade e rendimento para o seu negócio. Então, para ele, buscar sempre o melhor para o empreendimento por meio de suas atitudes vai fazer com que ele tenha a ganhar.

De tal maneira, Dornelas (2005) nos apresenta algumas características referente aos empreendedores, como sendo pessoas que conduzem suas ideias até a concretização delas, somam importância ao seu serviço, ao seu produto e ainda mais a sua empresa, ou seja, são pessoas capacitadas e trabalham dentro das oportunidades que a organização tenha a ganhar mais vantagem, pois é uma pessoa que está sempre atenta e solícita para identificar as oportunidades não identificadas pelos outros..

Sendo assim, de acordo com o autor e conduzindo este pensamento a resposta dos entrevistados podemos estabelecer uma relação de pensamentos, coincidindo com a forma que cada empreendedor deve pensar acerca do que fora mencionado. Através de cada visão, os empreendedores influenciam em seus negócios por meio de cada atitude tomada de modo particular e essa influência é caracterizada por Dornelas (2005) quando relata que os empreendedores são pessoas capazes de conduzir suas ideias até a concretização delas, que por meio de cada pensamento, atitude e ideia a ser tomada agregam valor à empresa por meio dos resultados obtidos, pois estão atentas e solícitas para visualizar oportunidades que os outros não enxergam.

Desta forma, os entrevistados conseguem se encaixar no pensamento do autor, pois são dotados de conhecimento, técnicas e habilidades, fatores citados por Dornelas (2005), e que somado ao perfil de cada um, revela os resultados que essa influência traz às empresas, como características distintas e particulares. Está influência é vista de maneira positiva para todos os entrevistados, pois garantem sucesso aos empreendimentos por meio das oportunidades visualizadas dentro de qualquer ocasião.

### 4.3 Comportamento dos Empreendedores

Kotler (2000) apud Sousa, Chagas e Carreira (2015) afirma que a qualidade é a soma das características que um produto ou serviço possui, como a competência de satisfazer necessidades declaradas ou implícitas. Desse modo, apesar de existirem várias definições para o termo qualidade, é interessante reconhecer a sua importância e sua utilização por meio de serviços ofertados que sejam condizentes com as necessidades almeçadas em forma de atender as demandas da clientela.

Apesar disso, o empreendedor deve reconhecer a sua preocupação em comercializar produtos e ofertar serviços que estejam ao alcance das necessidades exigidas pelos clientes, de modo em que cada ser se preocupe com a comercialização desses. Assim, é preciso cada empreendedor enxergar essa precisão para sua empresa. Desse modo, o entrevistado A relata que enquanto empreendedor se atenta para atender essas necessidades, onde ele vê como um dos principais fatores da boa administração e assim descreve o seguinte:

O principal é atender a necessidade do cliente. E, por sempre querer corresponder a essa necessidade, estamos buscando inovar em nosso ambiente, como por exemplo, atualmente passamos por uma reforma em nosso estabelecimento e isso agradou bastante a clientela e, apesar dessa reforma, procuramos investir em uma lanchonete dentro do próprio restaurante que servirá de apoio aos clientes que não desejam fazer uma refeição completa, mas apenas um lanche. Assim, buscamos sempre o melhor para o nosso cliente, onde essa é a nossa missão. (Entrevistado A; 2023)

Já o entrevistado B relata que: “O comércio é a permuta de mercadoria por dinheiro e, assim, o restaurante é um comércio de prestação de serviço. O que me atrai como empreendedor é servir a quem mais me pede por necessidade”. Para o entrevistado C, ele também visualiza essa precisão em comercializar ou produzir serviços e produtos que atendam as necessidades dos clientes, porém, ele diz que muitos clientes procuram o serviço ofertado, mas não se sentem satisfeitos com o valor atribuído ao mesmo, mas ele está procurando sempre atender essas vontades de cada cliente, prevalecendo o valor de seu produto como forma de somar resultados para os dois lados, tanto agradando ao cliente, como trazendo resultados lucrativos para ele.

O entrevistado D descreve com clareza a forma que ele enxerga essa necessidade para dentro das organizações e, de tal maneira, ele relata que:

Com certeza, por que a partir do momento em que você tem o produto que o seu cliente deseja, fará com que isso firme a clientela na busca de suas necessidades e, o diferencial do meu empreendimento se define na fabricação

pelo próprio produto, onde dentro da empresa não optamos por trabalhar com serviços terceirizados. (Entrevistado D; 2023)

Nesta mesma perspectiva, o entrevistado E, aborda seu posicionamento acerca dessa realidade enfrentada pelos empreendedores e avalia que enquanto empreendedor se atenta para atender essas necessidades e que a cada dia procura melhorar mais o seu produto, oferecendo sempre o melhor como forma de agradar o cliente e assim trazer mais rendimento para o seu meio organizacional.

Sendo assim, visualizar as necessidades exigidas pela clientela como forma de produzir, comercializar e ofertar serviços e produtos que atendam essa demanda é um objetivo comum de todo empreendedor, como podemos observar ao discorrer de cada um, e isso faz com que se idealize esse pensamento pelos entrevistados com o do autor mencionado acima, Kotler (2000) apud Sousa, Chagas e Carreira (2015), de forma que a qualidade desses meios ofertados estejam relacionados a dimensão existente da melhor satisfação da clientela com os desejos exigidos, visados por meio do melhor que as organizações possam oferecer. Desse modo, como fora apresentado por todos os entrevistados, existe uma preocupação em comum que é a comercialização de produtos e serviços que estejam sempre atendendo o desejo dos clientes, através de uma boa qualidade ofertada pelas empresas, onde os empreendedores entrevistados estão dispostos para atender essa demanda, estando atento e solícito para essa situação presente nos empreendimentos.

Apesar de enxergar essas necessidades provenientes da boa qualidade da satisfação do cliente, é preciso também tomar iniciativas pioneiras de inovação gerando novos métodos de trabalho, negócios, produtos ou mercados para a empresa. Sendo assim, é importante perceber dentro das organizações algumas ações que sejam tomadas para suprir essa demanda. E, nessa perspectiva, o entrevistado A faz menção a mesma resposta dada a questões anteriores, quando dentro de seu estabelecimento optou por inovar na maneira de agradar aqueles clientes que buscam por alimentação, mas que não seja uma refeição completa, e sim apenas um lanche. Ele ainda coloca como observação que esta atitude foi tomada a pedido dos próprios clientes, que por sua vez deram essa sugestão como forma de atender essas necessidades exigidas por eles.

Para o entrevistado B, ele identifica questões como essas de modo técnico existentes na base da necessidade, como retroagir um pouco nos costumes sociais. Ele se vê como um indivíduo inovador, que por meio de suas ações conservadoras sai um

pouco delas e adentra na questão da inovação, onde recentemente instalou uma parrilla que é um tipo de churrasqueira Argentina e serve a alimentação em modos mais típicos, como panelas de barro.

O entrevistado C relata que é sempre bom inovar, procurando trazer algo novo para a empresa, como novidades visadas na boa comunicação e divulgação do empreendimento. E, ele se identifica como um ser prestativo para fazer qualquer divulgação ou qualquer propaganda que ajude ele a expandir o seu negócio. Ainda assim, para ele, atualmente as redes sociais são de bastante contribuição quando se diz respeito a interação entre o cliente e a empresa, que por meio delas podem visualizar as necessidades de melhoria e o que fazer para resolvê-las.

Os entrevistados D e E também se reconhecem como empreendedores inovadores que estão na busca contínua de melhorias para os seus empreendimentos. O entrevistado D se avalia como uma pessoa inovadora, pois não se considera um ser ultrapassado em suas decisões, buscando o melhor para sua clientela e não o seu gosto particular, que para ele, não parar no tempo é uma atitude de relevância para a empresa. Já o entrevistado E, se vê como inovador por estar sempre na busca de alternativas mais solucionáveis e determinadas que sirvam de base no bom rendimento de melhores ofertas de seu produto para seus consumidores, como forma de atraí-los.

Desta forma, compreender a inovação como forma de trazer bons resultados é uma atitude que todos os empreendedores buscam, a fim de resultar em conquistas positivas para os empreendimentos, de tal maneira, o ato de inovar dentro dos empreendimentos trazendo novos métodos de trabalho, negócios, produtos, serviços ou mercado para as empresas são evidenciados como um ponto essencial no bom rendimento das organizações, ocasionando resultados positivos, e como vimos pelos entrevistados, todos são solícitos a esta demanda e se sentem dispostos para qualquer decisão que considerem importante nesse quesito.

De acordo com o pensamento de Plonski (2006) apud Carlos (2008), a inovação é uma nova ideia acrescentada com sucesso gerando resultados econômicos ou sociais. E também de acordo com Moraes apud Carlos (2008), a inovação tecnológica é representada por um processo de instrução constante e cumulativo das empresas para melhorar produtos/serviços, processos e formas de gestão, modelo de interação social, de modo a aumentar a produtividade, conhecimentos e competitividade. Desse modo,

podemos comparar a ideia desses autores com o pensamento dos entrevistados e perceber a relação que fazem, que por sua vez a inovação visualizada por eles surgem como uma ideia acrescentada a empresa como forma de atrair melhores resultados para os empreendimentos, melhorando seus produtos, serviços e modos de trabalho, estabelecendo uma igualitariedade de pensamentos entre autores acima mencionados e entrevistados.

Embora que atitudes como essas sejam tomadas na busca de melhorias para os empreendimentos não podemos deixar de evidenciar que boas condições das empresas se dão também na responsabilidade que os negócios têm para o meio ambiente. A responsabilidade ambiental é um fator que todos os empreendedores devem adotar como forma de garantir futuras condições de sobrevivência de seus empreendimentos e, com isso, é importante ressaltar qual a relação existente das empresas para com esse meio social, a responsabilidade ambiental, e, ainda assim, entender quais são as soluções que os empreendedores buscam para essa problemática.

De tal maneira, o entrevistado A diz que a responsabilidade que sua empresa tem para com o meio ambiente é de que a mesma não tome atitudes de forma imediata que atinja o meio ambiente, sempre pensando bem antes de qualquer decisão. Ele ainda acrescenta que são tomadas atitudes pela empresa como: “adotamos boa regularização na questão dos restos alimentícios, onde são destinados para um criatório de suínos e a coleta de lixo é sempre feita pela prefeitura municipal”. Desse modo, para ele, são pequenas ações, mas que são representadas pela contribuição ao meio ambiente.

Nessa perspectiva, o entrevistado B também descreve sobre a responsabilidade social ambiental e para ele, enquanto empreendedor, são tomadas algumas atitudes, que são:

Apesar de ser consumido materiais vegetais como carvão, lenha e gás natural, temos o auxílio e a fiscalização dos órgãos competentes de vigilância sanitária, compreendendo o município e o estado como a Sudema e o Ibama. E sim, já somos muito bem assistidos pela questão da limpeza pública, tendo como assistência prestada aos órgãos públicos municipais que encaminha os dejetos, que são as sobras, para o lixão municipal. (Entrevistado B; 2023)

Para os entrevistados C e D, eles também se sentem conscientizados na questão socioambiental. Para o entrevistado C, ele identifica que exista bastante cuidado por parte de sua empresa para o meio ambiente e, para ele, algumas atitudes que são tomadas como forma de contribuir a esta questão, que de modo particular ele cita

apenas a limpeza e higienização dos ambiente, tanto interno, como externo. Porém, o entrevistado C se equivoca, pois essa ação mencionada por ele, não se diz respeito ao meio ambiente e, desta forma, o entrevistado não consegue nos trazer uma resposta evidente acerca do que se é falado. Já para o entrevistado D, ele procura enxergar maneiras de não agredir o meio ambiente, não misturando os lixos pelos quais devem ser destinados para seus devidos fins.

Para o entrevistado E, também são adotadas formas de contribuir a questão socioambiental, ele enxerga como um ato de conscientização por parte de todos que compõem a empresa, onde buscam não agredir de maneira trágica o meio ambiente. Atitudes são tomadas pela empresa, como cuidar da limpeza do ambiente externo e interno, gerando um meio que agrade ao cliente através da organização e principalmente pela satisfação em estar em um ambiente limpo, mas do mesmo modo que o entrevistado C relatou, podemos perceber que o entrevistado E também foge da linha de raciocínio, onde a limpeza do ambiente da empresa não apresenta correlacionado com a questão que envolve respeito ao meio ambiente. No entanto, o entrevistado E, cita que a sua empresa faz toda a vistoria na parte das queimadas e despacho dos nossos dejetos, procurando não atingir o meio ambiente que deve ser respeitado, onde nesse ponto ele consegue discernir o assunto e compreende atitudes que cooperem para o meio ambiente.

Nesta perspectiva, e na ideia de Borges et al (2011) apud Ribeiro, Aparecida (2016), as empresas que se ampliaram e cresceram nos seus lugares não pensavam sobre os impactos que causaram ao meio ambiente, desse modo, esse avanço se tornou conhecido como uma consequência do crescimento e desenvolvimento econômico. Porém, com o aumento de números de resíduos e matérias primas foram aparecendo ideias e formas de diminuir os impactos que foram gerados.

Sendo assim, ações que signifiquem resultados positivos para o meio ambiente devem ser tomadas a partir de qualquer organização, como forma de prevenir danos maiores ao ecossistema. Utilizando o pensamento do autor, fazendo um comparativo com as atitudes mencionadas pelos entrevistados, por menor que seja a atitude, a intenção em cooperar serve de contribuição, somado aos simples comportamentos de cada indivíduo, geram rendimentos de maneira coletiva a sociedade como um todo. Porém, apesar do entrevistado C não apresentar nenhuma atitude que sua empresa realiza para com o meio ambiente, visando apenas ações de limpeza do ambiente

externo e interno da organização, que não é considerado um método de combate a valorização do meio ambiente, o entrevistado E apresentou esse mesmo pensamento, porém, ao mesmo tempo apresenta algumas atitudes que são tomadas em combate ao meio ambiente, visando sua valorização, como a vistoria na parte das queimadas e despacho de seus dejetos

De tal modo, os entrevistados A, B, D e E, como relatado acima, apresentam atitudes que são tomadas pelos seus empreendimentos e, apesar de serem relativamente simples e de pequeno tamanho, condizem para contribuir ao meio ambiente, estabelecendo valores socioambientais. Borges et al (2011) apud Ribeiro, Aparecida (2016), faz uma crítica aos empreendimentos que crescem, porém geram impactos ambientais, mas na pesquisa foi observado que os entrevistados se preocupam com a questão ambiental.

Além de tratar a responsabilidade ambiental dentro das organizações como forma de agregar valor para a empresa e a sociedade, podemos ter como conjunção desse meio a valorização da diversidade cultural, assim, fatores como esses são causas de impulsionar o reconhecimento do meio organizacional como forma de garantir sucesso através de métodos que satisfaçam estratégias para os empreendimentos. De tal modo, o comportamento do perfil empreendedor se dá por meio da observação de fatores como esses, que são formas de trazerem incentivos para a empresa, ocasionando os resultados na organização, por meio de atitudes dos empreendedores que o comandam.

É essencial utilizar a diversidade cultural como forma de estratégia para o empreendimento, pois, através desse meio, conduzirá a empresa a valores sociais, garantindo credibilidade e confiança da clientela. O entrevistado A, nos diz que utiliza sim a diversidade cultural em sua empresa, buscando atender de forma igualitária, promovendo igualdade para todo e qualquer cliente que esteja no estabelecimento. Já o entrevistado B concorda no que diz respeito à introdução da diversidade cultural em seu empreendimento e afirma utilizá-la respeitando toda a sociedade diversificada, como religiosa, racial, de gênero e cultural como forma de estratégia, visando sempre o bem estar social e humano.

Para o entrevistado C, ele também usa esse método como forma de estratégia em sua empresa, e de modo particular ele visa sempre dialogar com os clientes, buscando

ouvir as necessidades e opiniões, para que de tal maneira possa estar recebendo e acolhendo a todos, a fim de garantir bem estar para todo cliente que frequenta o seu estabelecimento.

Os entrevistados D e E condizem com o mesmo pensamento, e afirmam que atendem a todos sem distinção, não permitindo que aconteça situações de desavenças entre os clientes, buscando estabelecer o respeito para qualquer pessoa, além de procurar a igualdade pessoal, onde ninguém possa se desfazer uns dos outros.

Apesar de todos os entrevistados não esclarecerem opiniões convincentes que estejam cooperando para o respeito à diversidade cultural, podemos observar que existe a intenção de que esse respeito seja prevaletido dentro das organizações. Porém, para que houvesse melhor compreensão do tema abordado precisaríamos de que os entrevistados optassem por mais ações que atendessem a esse questionamento, de tal maneira, como não fora atendida as nossas expectativas, compreendemos que os entrevistados devem buscar estar mais atentos a esse assunto, visando ao empreendimento mais atitudes relacionadas a este quesito.

Dessa forma, com o pensamento de O'Mara (1994) apud Mitiko e Galego (2005), muitas empresas abordam o respeito à diversidade cultural como um meio de relacionar respeito aos empreendimentos. Assim, todo empreendedor deve adotar esse método como forma de estratégia organizacional garantindo alguns pontos positivos para seus empreendimentos, como diminuição da discriminação e assédio, vantagem competitiva e dentre outros.

Correlacionando o pensamento do autor com as ideias descritas pelos entrevistados, observamos que a estratégia de agregar valor às empresas por meio da valorização da diversidade cultural é uma ação visada pelos empreendedores entrevistados, mas que na ação poucos tomam atitudes que correspondam a esse ponto, deixando a desejar quando foi questionado. Dessa forma, podemos perceber que existe uma lacuna deixada em branco, pois o que fora questionado aos entrevistados pouco foi obtido como respostas dos mesmo, não conseguindo assim uma boa compreensão e comparação referente a temática.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo é visto como uma forma de disposição ou capacidade para planejar, estruturar e realizar projetos, serviços ou negócios. Assim sendo, o 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.

O empreendedorismo tem cada vez mais ganhado espaço no mercado, e gradativamente mais as pessoas têm o desejo de empreender e gerar a própria renda, abrindo empreendimentos particulares, abrangendo as diversas áreas do comércio. Sendo assim, para que eventualmente isto ocorra é necessária a presença influente de uma pessoa determinada a realizar este objetivo, e esse ser é compreendido como sendo o empreendedor.

O empreendedor é aquele que toma a iniciativa de empreender, de ter um negócio próprio. É aquele que sabe identificar as oportunidades e transformá-las em uma organização lucrativa.

Para o desenvolvimento deste estudo, foi necessário uma fundamentação teórica, por meio de pesquisas bibliográficas, com um foco maior no empreendedorismo através de sua conceituação e sua caracterização, bem como o perfil empreendedor. Além do mais, foram vistas questões abordadas para compreender o comportamento dos empreendedores estudados, como suas ações perante atitudes de relevância para a sociedade, visto que a diversidade cultural, o respeito socioambiental, a inovação e qualidade de preço e produtos foram questões tratadas, para assim dar um embasamento teórico para melhor compreensão do leitor.

Após todos os estudos necessários para o presente trabalho, pode-se agora responder a problemática proposta no início deste estudo: Qual o perfil e o comportamento dos empreendedores de determinadas empresas do segmento de restaurantes no município de São Mamede – PB? Com isso, chegou-se à conclusão de que o perfil desses determinados empreendedores influenciam de modo positivo para que suas organizações tenham mais rendimentos e se sobressaia no mercado competitivo, somando valores que resulta positivamente aos empreendimentos, por

meio de atitudes também estudadas pelo seu comportamento, visando ações que agreguem valor ao meio organizacional.

Para que houvesse a obtenção dos dados, realizou-se uma pesquisa em forma de formulário de entrevista, havendo o contato pessoal com todos os empreendedores entrevistados, como maneira de gerar mais informações a serem introduzidas no trabalho. A pesquisa foi bem sucedida, trazendo conhecimento acerca dos assuntos que estão em evidência no trabalho, porém em alguns pontos os entrevistados se saíram melhor que em outros. Em perguntas relacionadas ao próprio perfil dos empreendedores, como características básicas, maneira que os tornaram empreendedores, o estilo empreendedor, a identificação e a influência do perfil empreendedor, os entrevistados conseguiram se expressar bem e foram claros nas respostas.

Se tratando de assunto de relevância ao comportamento dos empreendedores entrevistados, como a qualidade e o preço de produtos visando a preocupação em produzir ou comercializar produtos que atendam a necessidade dos clientes, atitudes de inovação nos empreendimentos, respeito ao meio ambiente e diversidade cultural, os entrevistados se sentiram inseguros não conseguindo atender a demanda de respostas especuladas. Contudo, por meio desse método de trazer os resultados para a pesquisa, foi possível estabelecer uma relação saudável e de segurança entre entrevistador e entrevistado, conduzindo um bom diálogo para resultados do trabalho. Sendo assim, a forma utilizada trouxe clareza e entendimento para a descrição dos resultados.

É de suma importância que o empreendedor conheça o seu perfil e os seus comportamentos que compõem o seu perfil, pois com a existência de mudanças constantes no cotidiano, como também do aumento da competitividade entre as empresas, aquele empreendedor que conhece e sabe explorar suas competências e que entende quais competências necessita desenvolver, buscando formas de melhorar a sua atuação, torna-se um empreendedor capaz de crescer em seu segmento e desenvolver um diferencial competitivo e duradouro no mercado. Com isso, os objetivos da pesquisa foram alcançados, já que foi possível identificar e conhecer melhor o perfil e o comportamento dos empreendedores.

Apesar de não ter obtido todas as informações necessárias, onde os entrevistados não conseguiram se expor completamente mediante alguns assuntos, sendo inviável a

compreensão desses, houve a dificuldade em detalhar melhor o trabalho, conduzindo a falta de informações importantes tornando assim de modo dificultoso, como na questão da diversidade cultural como fora observado acima. Independente de estar em locos, junto aos entrevistados, eles não conseguiram se expressar em meio a pontos de grande significância para o trabalho, de forma que não houvesse uma comparação de pensamentos com o do autor mencionado sobre o assunto, mas que apesar da dificuldade enfrentada foi possível descrever o tópico que foi citado.

Por fim, para os futuros trabalhos, propõem-se algumas sugestões de pesquisas, sendo elas: focar em outros segmentos de atuação dos micro e pequenos empreendedores; ampliar as pesquisas teóricas e práticas relativas ao tema, no objetivo de compreender melhor o perfil e o comportamentos dos empreendedores em outros segmentos de atuação das empresas; bem como, estudar também o cliente que é fator principal do sucesso de qualquer empreendimento, buscando assim, além de conhecer o comportamento e o perfil dos empreendedores, entender como o cliente se sente nessa mesma perspectiva.

**REFERÊNCIAS:**

BARBOSA, G. S. O desafio do desenvolvimento sustentável. Revista Visões, Rio de Janeiro, v. 1, n. 4, p. 63-72, jan./jun. 2008.

Blog da Efi. Tecnologia e empreendedorismo: entenda a importância. Gerencianet, 2018. Disponível em: <https://sejaefi.com.br/blog/tecnologia-e-empreendedorismo/>

Blog da Zendesk. Atendimento inclusivo: como melhorar a experiência de todos os clientes? 2023. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/atendimento-inclusivo/>

BORGES, C. et al. Empreendedorismo sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa. In: ENCONTRO CIENTÍFICO DE ADMINISTRAÇÃO, 2011, Rio de Janeiro. Resumo dos Trabalhos - XXXV EnANPAD, 2011.

Brazileiro, Leal, Ladeira. Preço versus qualidade percebida: um estudo com consumidores soteropolitanos. p. 1 -13. 2016

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

Desk Manager. A importância da diversidade no atendimento ao cliente. Teles, Fabio. 2020. Disponível em: <https://deskmanager.com.br/blog/diversidade-no-atendimento-ao-cliente/>

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro. Editora Elsevier, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo. Elsevier Brasil, 2009.

Duarte, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. Educar em revista. Curitiba. 2004.

Mas afinal o que é empreendedorismo? Sebrae. Sebrae, 2021. Disponível em: [sebrae-sc.com.br](http://sebrae-sc.com.br). Acesso em: 13 de dezembro de 2022.

Fiorin, Márcia; , Mello, Cristiane; e Machado, Hilka. EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: ANÁLISE DOS ÍNDICES DE INOVAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS BRASILEIROS COM BASE NOS RELATÓRIOS DO GEM DE 2006, 2007 e 2008. Santa Maria, p. 1 - 14, 2010.

Karina, Anna. O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. Sergipe. P. 1-28. 2012.

Macedo, Neusa. Iniciação à pesquisa bibliográfica: guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa. 2. ed. revista - São Paulo: Edições Loyola. 1994.

Mikito e Galego. DIVERSIDADE CULTURAL: PANORAMA ATUAL E REFLEXÕES PARA A REALIDADE BRASILEIRA. Vol. 11 Nº 5. São Paulo-SP. 2005

MORAIS, A. et al. EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE: uma análise bibliométrica. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA.

Neves, José. PESQUISA QUALITATIVA – CARACTERÍSTICAS, USOS E POSSIBILIDADES. SÃO PAULO, V.1, Nº 3, 2º SEM./1996

PACHECO, D. F.; DEAN, T. J.; PAYNE, D. S. Escaping the green prison: entrepreneurship and the creation of opportunities for sustainable development. Journal of Business Venturing, v, 25, p. 464-480, 2010.

PALETTA, FRANCISCO. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO: FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO NO USO DE FERRAMENTAS DE GESTÃO EM EMPRESAS INCUBADAS DE BASE TECNOLÓGICA. SÃO PAULO, P. 1-156, 2008.

PIMENTEL, T. A. B.; REINALDO, H. O. A; OLIVEIRA, L. G. L. Empreendedorismo sustentável: uma análise da implementação da sustentabilidade empresarial em micro, pequenas e médias empresas industriais atendidas pelo Peiex - no Nutec. In: SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INTERNACIONAIS, Anais..., 2010, São Paulo.

Ponte, João Pedro da. Estudos de caso em educação matemática. Bolema. 2006.

ROSA, Maria Virgínia de Figueiredo Pereira do Couto; ARNOLD, Marlene Aparecida Gonzalez Colombo. A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para a validação dos resultados. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006

Sales e Gabby. A Influência da Diversidade Cultural Brasileira na Gestão de uma Rede Associativista de Supermercados. Rio de Janeiro.

SALIM, Cesar; SILVA, Nelson. Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora. Elieser Brasil, 2013.

Silveira e Carlos. Qualidade total do produto. Vol. 2, nº 1. p. 21 -37. Rio de Janeiro. 1991.

Sousa, Chagas e Carreira. QUALIDADE DO ATENDIMENTO AO CLIENTE: UM GRANDE DIFERENCIAL COMPETITIVO PARA AS ORGANIZAÇÕES. Vol 02, nº 02, p. 155-172, 2015.

Sousa, Teixeira e Silva. Empreendedorismo Start Up: um Estudo de Caso em uma Empresa de Tecnologia no Estado do Pará. Pará, p. 1-18, 2012.

Toledo. GESTÃO DA MUDANÇA DA QUALIDADE DE PRODUTO. v. 1, n. 2, p. 104-124. São Paulo - SP. 1994.

Valquiria, Caroline. Vieira, Mayara. Midori, Nathalia. Empreendedorismo: histórias que motivam, despertam e encantam. Vol. 5, Nº. 12, p. 165-181, Ano 2011

Web Artigo. In: EMPREENDEDORISMO E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR. Arthur de Brito Mota, 2015. Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/empreendedorismo-e-caracteristicas-do-empreeendor/134707> Acesso em: 23 de março. 2023.

## APÊNDICE - QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA

### UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA CAMPUS VII CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

#### O PERFIL DE EMPREENDEDORES NO SERTÃO PARAIBANO: UMA ABORDAGEM DO SEGMENTO DE RESTAURANTES NO MUNICÍPIO DE SÃO MAMEDE - PB.

##### Formulário de Entrevista

1. Nome do entrevistado
2. Gênero do entrevistado
3. Escolaridade do entrevistado
4. Estado Civil do entrevistado
5. Qual a principal característica básica que define o seu espírito empreendedor?
6. O que levou você a ser um empreendedor?
7. Qual o estilo de empreendedor que você se define?
8. Como você identifica o seu perfil de empreendedor?
9. Como você avalia a influência do seu perfil nas práticas de ganha de sua empresa?
10. Você enquanto empreendedor, lidera ou executa novos projetos, ideias e estratégias que visam conceber, reinventar, produzir ou comercializar novos produtos ou serviços que atendam a necessidade dos clientes? Como você enxerga essa necessidade para sua empresa?
11. Você toma iniciativas pioneiras de inovação gerando novos métodos de trabalho, negócios, produtos ou mercados para empresa? Como você se identifica para ações como essas?
12. Você enquanto empreendedor busca soluções para essa problemática? Se sim, quais?
13. Você utiliza a diversidade cultural, enquanto estratégia em seu empreendimento? Se sim, quais as ações?