

EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE NA PERSPECTIVA PESSOAL E PROFISSIONAL DE EMPREENDEDORES**ENTREPRENEURSHIP: AN ANALYSIS FROM THE PERSONAL AND PROFESSIONAL PERSPECTIVES OF ENTREPRENEURS** <https://doi.org/10.63330/aurumpub.069-019>**Fábio Junio Olímpio Cezário**

Acadêmico(a) do Mestrado em Ciências da Educação da Instituição Christian Business School. Pós-graduado em Psicologia Cognitivo Comportamental pela FACULESTE; Pós-graduado em Análise do Comportamento Aplicado pela UNIFAHE; Pós-graduado em Saúde Coletiva pela Faculdade IGUAÇU. Graduado em Pedagogia pela Universidade Paulista UNIP; Graduado em Psicologia pela Universidade Estácio de Sá; Graduado em Administração pelo Centro Universitário Unihorizontes.

E-mail: nemfabio.cezario@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1557-4159>

Elias Mateu da Silva

Acadêmico Mestrando e Doutorando da Instituição Christian Business School; Pós-graduação em Educação Especial Inclusiva na Instituição Ipemig. Graduado em Pedagogia e em Educação Especial na Ipemig.

E-mail: eliasadvogado2013@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-9112-8498>

Resumo

Este estudo tem como objetivo analisar as práticas de empreendedorismo e suas contribuições para o crescimento pessoal e profissional de profissionais que atuam no segmento de beleza em Belo Horizonte. Foi realizada uma pesquisa qualitativa e descritiva, utilizando-se um roteiro de entrevista semiestruturado, composto por quinze perguntas abertas que foram respondidas por nove profissionais em locais programados. Percebe-se que as práticas adotadas pelos profissionais, passam por determinado processo que abrange os motivos, as facilidades e as dificuldades de empreender. Os empreendedores são motivados por fatores pessoais e profissionais relacionados à criatividade, experiência e qualificação, somados aos fatores ambientais como local onde vivem e espaço do empreendimento, onde por consequência, se alinham aos fatores sociais da sua cadeia de relacionamento onde a sinergia destes, causa crescimento para esses indivíduos, entretanto é necessário que haja planejamento detalhado de suas atividades, precisam ter em mente que no processo empreendedor há riscos, porém, é importante que eles sejam calculados, para que as atividades se desenvolvam de maneira sólida e efetiva.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Planejamento; Processo.

Abstract

This study aims to analyze entrepreneurial practices and their contributions to the personal and professional growth of professionals working in the beauty sector in Belo Horizonte. A qualitative, descriptive study was conducted using a semi-structured interview guide consisting of fifteen open-ended questions, answered by nine professionals at scheduled locations. The findings indicate that the practices adopted by these professionals involve a process encompassing the motivations, facilitators, and challenges associated with entrepreneurship. Entrepreneurs are driven by personal and professional factors—such as creativity, experience, and qualifications—combined with environmental factors like their place of residence and business location. These elements align with the social factors within their relationship networks, creating a synergy that fosters individual growth; however, detailed activity planning is essential. Entrepreneurs must recognize the inherent risks of the process but ensure these risks are calculated to allow their activities to develop in a solid and effective manner.

Keywords: Entrepreneurship; Planning; Process.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo foi sinônimo de grandes feitos e acontecimentos em épocas distintas. Primeiramente, com Marco Polo quando se aventurou e correu riscos. Em seguida, quando os gestores de produção assumiram projetos diversos, já foi representado por empreendedores que assumiram riscos de contratos. Logo após a revolução industrial, houve a separação da figura do empreendedor do capitalista. E por consequência, ocorreu grande confusão na separação entre gerentes e empreendedores (Dornelas, 2015).

Os princípios organizacionais são os mesmos. Na pequena ou na grande empresa, os processos são similares, no sentido de perpassar por eventos como funcionamento, rotinas e regras. Entretanto, cada organização está inserida dentro de uma realidade individual que necessita da figura do empreendedor para direcionar os rumos, bem como os objetivos a serem alcançados (Drucker, 1986).

De acordo com Schaefer (2017) independentemente da época, sempre houve na humanidade indivíduos que criaram produtos ou incrementou algo nos já existentes, ou também, desenvolveram processos e métodos que causaram efeitos significativos.

Vários especialistas abraçam o empreendedorismo. De um lado há os defensores do mesmo como oriundo da Administração de empresas, baseando-se na forma cíclica do criar, desenvolver e gerenciar os empreendimentos. Por outro lado há aqueles que o insere no ramo artístico e no gerenciamento científico, estes, procuram através de seus conhecimentos e experiências, multiplicar o número de adeptos e de novos profissionais no assunto (Melo Neto, 2002).

No entendimento de Filard, Barros e Pita (2007) o assunto empreendedorismo ganhou espaço no âmbito nacional, por ter sido discutido em espaços acadêmicos e consequentemente ter sido representado por grandes eventos.

Nessa lógica Salim (2010) afirma que o empreendedorismo no século XXI ganhou parceiros de peso na sociedade, representado por instituições de ensino superior e por governos.

Complementando esse posicionamento Aldrich (2012) acrescenta que o assunto vem sendo muito discutido em eventos públicos.

Por outro lado Dornelas (2015) ressalta que o processo empreendedor acontece devido à harmonia entre as condições ambientais e as características individuais do empreendedor.

Deve haver uma harmonia entre empreendimento e empreendedor. Este último é dotado de características que darão um rosto ao primeiro (Salim, 2010).

As vivências profissionais e pessoais aliadas às condições sociais são características que ilustram o histórico do empreendedor (Dornelas, 2015).

Nesse contexto, faz-se necessário o seguinte questionamento: Como as práticas de empreendedorismo contribuem para o crescimento pessoal e profissional dos empreendedores?

Para responder a este questionamento delineou-se como objetivo geral analisar as práticas de empreendedorismo e suas contribuições para o crescimento pessoal e profissional de empreendedores que atuem no segmento de beleza em Belo Horizonte. Os objetivos específicos consistem em identificar como se deu o processo de empreendedorismo na percepção dos pesquisados; analisar os principais motivos para se empreender na percepção dos pesquisados; identificar as facilidades e as dificuldades vivenciadas pelos pesquisados ao empreender.

O tema em questão justifica-se por ser de fundamental importância o entendimento sobre o empreendedorismo na perspectiva pessoal e profissional dos indivíduos pesquisados, uma vez que cada ser apresenta características específicas, similares ou até mesmo distintas, na forma de empreender dentro do seu âmbito de vivência pessoal e atuação profissional, perante a sociedade a qual estão inseridos.

Esta pesquisa está estruturada em seis partes a contar desta introdução que faz uma contextualização do tema bem como a problematização e os objetivos geral e específicos. A segunda parte aborda o referencial teórico que versa sobre empreendedorismo, processo empreendedor, motivos de se empreender, facilidades e dificuldades. Os procedimentos metodológicos adotados na presente pesquisa são descritos na terceira parte. Na quarta parte apresenta-se a análise dos resultados e na quinta parte, procedem-se as considerações finais, seguida pelas referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta parte apresentam-se revisões da literatura sobre empreendedorismo, processo empreendedor, motivos de se empreender bem como as facilidades e as dificuldades de se empreender.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Traduzindo a expressão entrepreneurship do inglês, a sua expressão primitiva é o termo imprehender de origem latina, tendo como significado colocar uma atividade em execução (CUNHA, 2004), por outro lado, o termo empreendedor deriva-se do francês entrepreneur com notório significado para indivíduo que cria (Dornelas, 2016).

Baron e Shane (2007) caracterizam o empreendedorismo como uma sucessão de estados. Entretanto Peters e Shepherd (2009) e Hisrich (2014) enxergam o fenômeno com olhar voltado para a construção de empreendimentos.

Shane e Venkateramam, (2000) e Dheer e Lenartowicz (2016) entendem o empreendedorismo como sendo um conjunto de acontecimentos contínuos que envolvem pessoas e processos organizacionais em prol de algo novo ou meramente acrescentado de novas funções.

Nessa lógica Cantilon (2002), Hisrich (2014) e Dornelas (2015) afirmam que empreendedorismo está muito ligado ao ato de inovar produtos ou serviços que atendam as necessidades humanas.

Ao empreender, o indivíduo faz planejamento composto por um conjunto de atividades caracterizadas por um processo que envolve marketing, visão permanente, responsabilidade pelos atos feitos, e ainda estuda os riscos (Drucker, 1986).

Salim e Silva (2010) afirmam que as pessoas quando são empreendedoras, suas características evidenciam em seus traços de autoconfiança, na não dependência de terceiros, em suas redes de contatos, em seus planejamentos rígidos e assistidos, em seus focos em qualidades, eficiência e na eficácia, e ainda, ficam atentos à ambiência oportuna com cálculos dos riscos sempre.

Nesse sentido Dornelas (2014) acrescenta que os empreendedores sabem o que querem, tem visão no futuro, praticam mudanças em paradigmas, usam-se dos recursos oportunos, se dedicam através de suas redes de convívios, com poder de liderar esquipes.

Segundo Dolabela (1999), é papel do empreendedor, perceber, encontrar ou identificar à ambiência ligada as circunstâncias oportunas para algo, utilizando-se de um meio para desenvolvê-las com aproveitamento. Complementando esse posicionamento Fillion (1999) acrescenta que o empreendedor é um ser criador agraciado com uma mentalidade para instituir metas, com olhar atento ao seu ambiente de inserção, para tornar o momento oportuno aos negócios.

Mesmo sendo um país marcado por problemas sociais, políticos, econômicos, dentre outros; os governos de nossos antepassados abriram caminho para a criação de setores que propiciaram a disseminação do empreendedorismo (Maximiano, 2006).

Segundo Machado (2008), o findar dos anos 90 para início do ano 2000, teve um aumento considerável de publicações do assunto, movido pelos estudos das organizações de ensino a nível superior.

Nesse sentido Barros e Pereira (2008) acrescentam que as questões acerca do empreendedorismo se fundamentam na abertura e na gestão dos empreendimentos de pequeno e médio porte.

2.2 PROCESSO EMPREENDEDOR

Hisrich (2014) enfatiza que o processo empreendedor se origina no momento em que o indivíduo convive na ambiência oportuna. Enquanto Dornelas (2015) sintetiza que o fenômeno ocorre de certa maneira casual, este ainda acrescenta que tal eventualidade é geradora de algo novo. O indivíduo é movido por acontecimentos inerentes aos seus meio, relacionados à família, cumprimento de objetivo, adquirir capital financeiro, independência, dentre outros. Em seguida, filtram-se, aquelas que têm maior potencial para gerar algo (Dornelas, 2016).

Salim (2010) corrobora que o planejamento é a base para que o empreendedor seja bem sucedido no seu propósito de criação do negócio. E ainda acrescenta que é de extrema importância o comprometimento sólido no seu plano que deve ser vistoriado com visão permanente sempre.

Conforme Hisrich (2009) dentro do processo empreendedor está inserido a captação de uma nova empresa. Nesse sentido Shane (2012) acrescenta que o processo passa por etapas de reconhecimento cálculos, e crescimento da ocasião oportuna.

Importante ressaltar que para Garther (1985) a criação das empresas passa por um ciclo que envolve características individuais do empreendedor, a organização oriunda de sua criação, a ambiência externa a este estabelecimento, bem como o processo que foi feito para inserção da empresa.

Nesse sentido, Cope (2005) acrescenta que o empreendedor é peça chave na criação do novo estabelecimento.

Baron e Shane (2007) afirmam que o processo de empreender passa por um ciclo composto por etapas distintas começando pela identificação da oportunidade, o parecer por parte do indivíduo de caminhar através da alocação dos recursos, para lançar o estabelecimento. Tendo por último a fase de construção do sucesso, onde tudo deve ser gerido com programas motivacionais que retêm os bons profissionais, conseqüentemente, trará lucro e ascensão.

Para Salim (2010) em umas das fases do processo o empreendedor identifica algo que necessita ter um melhor funcionamento, que não atende a atual situação, analisa a redução quanto ao tempo, custos e qualidade, se dedicando de forma sólida, usando – se de sua criatividade na transformação da ideia.

Complementando esse posicionamento Hisrich, Peters e Shapher (2012) afirmam que o empreendedor tem uma visão diferenciada da ambiência oportuna. Os acontecimentos naturais dessa ambiência, o faz agir, sofrer adaptabilidades e, caso fracasse, tira o fato ocorrido como aprendizado.

Dornelas (2016) acrescenta que após as ideias serem filtradas segue para a escolha das mais viáveis, onde por consequência o empreendedor pode optar por fazer um planejamento tradicional, com determinação do investimento, custos, buscar recursos e fazer à gestão do negócio, ou optar pelo plano de negócio efetual, aonde irá projetar investimento, receita, buscar recursos necessários à criação do empreendimento e por consequência também fazer a gestão.

Durante o processo, o empreendedor se adequa aos acontecimentos diários do negócio, desenvolve a sua atividade com olhar atento às pessoas ao seu redor, age de forma coerente, com humilde e reconhece a sua incapacidade quando erra em suas decisões (Valério, 2016).

De acordo com Mc Clelland (1972) e Dornelas (2001) os empreendedores são motivados a empreender em alto grau, que vai além do simples hábito de exercer atividade.

2.3 MOTIVOS DE SE EMPREENDER

A motivação pode ser entendida como um fator que busca despertar o interesse do indivíduo que utiliza de seu esforço físico e mental para alcançar objetivos. Os empreendedores são motivados por fatores pessoais, ambientais, e sociológicos (Robbins, 2005).

O indivíduo empreendedor é movido por acontecimentos do meio em que vive aliado à sua vontade própria de empreender (Hisrich, 2014).

Sendo assim, para que os objetivos visados pelo empreendedor sejam conquistados, com maestria, ele precisa construir um caminho sólido, que deixe a sua marca para servir de exemplo (Dornelas, 2016).

O indivíduo tem em mente vários propósitos que o faz empreender, por consequência, desenvolve processos para geração de produtos ou serviços que tem como objetivo a captação de lucros futuros, entretanto, podem também surtir efeitos na realidade social onde o empreendedor se insere (Salim, 2010).

No entendimento de Melo Neto (2002) dentre os motivos que levam a pessoa a empreender estão a competitividade, a concorrência e a busca por lucros.

Dantas (2010) afirma que a busca por elevação em patamares sociais é a principal motivação que leva o indivíduo a empreender.

O ambiente de inserção do indivíduo o motiva a empreender na medida que oferece potenciais significativos (Dornelas, 2016).

De acordo com Drucker (1989) a sociedade a cada dia propicia um desenvolvimento dos estudos do ensino do empreendedorismo, onde, o empreendedor assume o papel de destaque em setores diversos.

Dados do Sebrae (2004) apontam que o país necessita oferecer incentivos que promovam a disseminação da cultura empreendedora para que possamos atender as necessidades correlatas ao meio empreendedor.

Dolabela (1999) afirma que os indivíduos se empreendem por necessidade ou por oportunidade. Dessa forma, o empreendedor por necessidade pode vir a ser empreendedor por oportunidade (Dornelas, 2016). Tal fato fica evidenciado quando o indivíduo sai da informalidade rumo a desenvolver seus propósitos de existência, dentro da legalidade, entretanto, o seu pensamento aliado à visão de um futuro distinto da sua realidade, é o ponto principal.

O empreendedor por necessidade é aquele que pela falta de um emprego formal, busca por soluções rápidas que atendam os desejos mínimos a sua existência. Ele então se aventurando em caminho informal, sem planejamento, sem orientação, por consequência, tem uma forte tendência a fracassar em tempo rápido (Dornela, 2014).

Já o empreendedor por oportunidade é aquele que quando vai ao encontro de uma fonte viável ao desenvolvimento de uma criação, faz todo um planejamento continuado dentro do seu propósito (Hisrich, 2014).

Nesse sentido Dornelas (2016) corrobora que o empreendedor pode ser cooperado, individual, informal, de conhecimento tácito, em contra partida no empreendedorismo por oportunidade enquadra-se os empreendedores do conhecimento, corporativo, publico, social, franquiado, micro empreendedor individual (dono do negócio próprio).

No entendimento de Dolabela (1999) o empreendedor informal é carente de treinamento, geralmente não conhece sobre custos, gastos, controles de estoques, mas, pode possuir características profissionais.

No entendimento de Simões (2010) o empreendedor social, busca por mudanças na sociedade usando a sua criatividade para vencer os obstáculos com visão no futuro. Está sempre atento aos programas sociais dos governos locais propondo projetos que transforme a realidade em vive.

2.4 FACILIDADES E DIFICULDADES AO EMPREENDER

No entendimento de Compannys e Mc Mullen (2007) a sociedade oferece oportunidades nas áreas diversas, contribuindo na existência de materiais disponíveis, nas possíveis inovações, nos dados existentes, bem como em suas interpretações.

Na perspectiva de Dolabela (1999) o empreendedor encontra facilidade ao empreender porque não tem medo de errar, sabe negociar, é autoconfiante, trabalha em equipe e por outro lado, não permanece submisso ao sistema. Entretanto, ele precisa ter em mente que para conduzir os seus planos com facilidades é necessário utilizar-se de sua experiência (Dornelas, 2016).

Por outro lado, o cenário empreendedor é marcado por armadilhas e incertezas, nesse sentido o empreendedor necessita agir de forma determinada, usando o seu conhecimento com perseverança em relação aos objetivos a alcançar (Salim, 2010).

Nesse sentido o empreendedor precisará estar de olho aos acontecimentos de interferência ao seu empreendimento, utilizando-se de ferramentas para minimize os riscos (Dornelas, 2016).

Dolabela (1999) aponta que as pessoas do convívio do empreendedor são fontes que facilitam o andamento do negócio. Elas podem servir de peça fundamental para somar com o empreendimento, incentivando, emprestando valores monetários, ou até mesmo oferecendo mão de obra.

A solidificação do negócio é uma facilidade. Para alcançar tal objetivo, ele precisa criar laços com pessoas que servirão de apoio moral e profissional. Dentre essas pessoas estão os familiares, os amigos e os mentores (Hisrich, 2014).

A coletividade é um ponto central de facilidade. Nesse sentido, é necessário que o empreendedor faça com que as pessoas abracem a sua ideia. Sendo criativo para liderar os indivíduos de forma participativa, causando inspirações e ainda retendo os talentos (Dornelas, 2016).

Para Hisrich (2014) as pessoas são referências de facilidades porque podem apoiar os empreendedores nas horas difíceis, através de possíveis conselhos que servirá para direcioná-lo durante o percurso de empreender.

Hisrich e Peter (2004) apontam como facilidade o fato de os empreendedores possuírem ideologias em suas mentes, começarem a empreender numa faixa etária produtiva de 25 aos 45 anos, serem detentores de conhecimento a respeito do que fazem desenvolverem planejamentos com visões em focos, usar-se de suas criatividades com entusiasmo e energia em seus negócios.

Oliveira (2014) afirma como facilidades para empreender o fato do indivíduo se realizar profissionalmente e pessoalmente; ser feliz pelo seu feito; ser disciplinar, responsável, humilde, honesto, equilibrado, líder, e acima de tudo, respeitar os demais indivíduos.

Outras facilidades apontadas por Hisrich e Peter (2004) é o fato de os empreendedores possuírem ideologias em suas mentes, começarem a empreender numa faixa etária produtiva de 25 aos 45 anos, serem detentores de conhecimento a respeito do que fazem desenvolverem planejamentos com visões em focos, usar-se de suas criatividades com entusiasmo e energia em seus negócios.

Entretanto, Solomon (1986) aponta problemas como a não análise do empreendimento da forma correta, os seus recursos financeiros serem baixos e ainda não possuir conhecimento de gestão.

No entendimento de Mendes (2009) o empreendedor enfrenta dificuldades como pressão constante, conflitos rotineiros, incerteza permanente, horários imprevisíveis, e inda os riscos nas finanças.

Salim (2010) aponta que o empreendedor também enfrenta dificuldades que são representadas pela falta de qualificação, capital insuficiente, forte concorrência, clientes que não cumprem os pagamentos, e ainda, os muitos governos que não criam políticas que os favoreçam no caso dos altos impostos a recolher.

Valério Neto (2016) afirma que uma dificuldade é fato de o empreendedor sentir-se preso numa realidade que o mesmo julgue confortável.

Hisrich e Peter (2004) acrescentam que as rotinas empreendedoras flui melhor, quando há competência no cumprimento das tarefas.

Salim (2010) complementa que nos casos em que os empreendedores não têm intimidades com reais problemas dos seus empreendimentos, não irão conseguir prevenir-se dos reais riscos.

O empreendedor precisa agir como se estivesse em uma guerra, fazendo estratégia de batalha, de maneira racional, para alcançar o objetivo final, que vem a ser o sucesso do negócio, ou seja, deve fazer um planejamento estratégico completo, com qualidade e eficácia, para que os riscos futuros sejam evitados (Salim, 2010).

Sendo assim, Hisrich (2014) afirma que educar o indivíduo pode fazer a diferença, no sentido de fazer com que ele abra a sua mente para as oportunidades do ambiente. O autor complementa que a educação não só contribui para os objetivos do empreendedor, ela também o conduz a fazer todo o percurso de forma planejada.

Dornelas (2016) relata que experiência é sinônimo de conhecimento e de valor, que facilita tomar decisões, entretanto, quando somada à participação das mentes novas, traz positivities, mais sólidas para o negócio.

O indivíduo que ao dispor do produto ou do serviço novo, almejando alcançar o sucesso pretendido, necessita entender que também há riscos no negócio (Valério, 2016).

3 METODOLOGIA

Para a elaboração desta pesquisa optou-se pela abordagem qualitativa, por permitir a utilização de paradigmas advindos dos dados, no sentido de desenvolver ideias, bem como pensamentos. Gil (2008) afirma que a abordagem qualitativa faz uso de uma investigação rica em detalhes, para convencer alguém sobre determinado assunto. Acrescenta ainda, a efetiva participação do pesquisador na busca pela compreensão do mesmo, pois esse irá descobrir a funcionalidade de determinado método, bem como a frequência em que ocorre.

O tipo de pesquisa é descritiva, por possibilitar uma análise referente aos fatos decorrentes do ambiente investigado. Freitas e Prodanov (2013) afirmam que ao fazer a pesquisa descritiva, o pesquisador faz o registro referente aos dados coletados por meio de um instrumento previamente elaborado, de forma a não causar interferência em seus resultados.

As unidades de observações desta pesquisa são empresas do segmento de salão de beleza, localizadas na região do Barreiro em Belo Horizonte, Minas Gerais.

Esta pesquisa consiste em analisar como as práticas de empreendedorismo contribuem para o crescimento pessoal e profissional de empreendedores no segmento pesquisado.

Para a coleta dos dados utilizou-se entrevistas composta por um roteiro semiestruturado contendo 15 perguntas relacionadas aos objetivos propostos. Os sujeitos desta pesquisa foram 09 profissionais que atuam de forma empreendedora no segmento de beleza. O critério de escolha dos participantes foi por acessibilidade. Nesse critério, o pesquisador tem fácil acesso aos pesquisados, que muitas vezes, fazem parte do seu convívio social (Vergara, 2005).

Os dados foram tratados por meio de análise de conteúdo. No entendimento de Bardin (2006) análise de conteúdo, é um sistema caracterizado por um agrupamento de dados que passarão por uma investigação, para posteriormente, revelarem informações. Faz-se um ciclo composto por três etapas onde fica explícito a análise primária, que objetiva selecionar o material a ser operacionalizado, seguida da exploração do material para posteriormente tratá-los, fazer a inferência e interpretá-los.

Nesta pesquisa os dados foram agrupados nas seguintes categorias: o processo do empreendedorismo na percepção dos pesquisados, os motivos de empreender na visão dos pesquisados bem como as facilidades e as dificuldades encontradas pelos pesquisados ao empreender.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Nesta parte apresenta-se a análise dos resultados obtidos por meio da pesquisa realizada com 09 empreendedores que atuam no segmento de beleza, aqui identificados de E1 a E9, de forma a mantê-los no anonimato.

4.1 PERFIL DEMOGRÁFICO DOS PESQUISADOS

O quadro 1 apresenta o perfil dos profissionais pesquisados, sendo 3 do sexo feminino e 6 do sexo masculino. Todos os participantes exercem a profissão de Cabeleireiro. Entre os respondentes é possível perceber que o tempo de criação da empresa varia de 2 a 7 anos.

Quadro 1 – Perfil dos pesquisados

Identificação	Sexo	Faixa etária	Tempo de criação da empresa	Grau de instrução
E1	Feminino	18 a 23	2 anos	Médio Completo
E2	Feminino	24 a 29	3 anos	Médio Completo
E3	Feminino	24 a 29	4 anos	Médio Completo
E4	Masculino	24 a 29	4 anos	Médio Completo
E5	Masculino	24 a 29	5 anos	Médio Completo
E6	Masculino	24 a 29	5 anos	Médio Completo
E7	Masculino	30 a 35	6 anos	Médio Completo
E8	Masculino	30 a 35	6 anos	Médio Completo
E9	Masculino	De 48 anos para cima	7 anos	Superior Incompleto

Fonte: Dados da pesquisa.

A partir da classificação acima, é possível perceber também que além das características já citadas que a maioria dos respondentes possuem o ensino médio completo e que apenas 1 entre eles, possui curso superior incompleto, bem como, o maior tempo de existência da empresa, conforme observado no quadro 1.

4.2 PROCESSO DE EMPREENDEDORISMO NA PERCEPÇÃO DOS PESQUISADOS

Hisrich (2014) ressalta que em muitos casos os ambientes de inserção dos empreendedores propiciam de maneira significativa no desenvolvimento de suas atividades empreendedoras. Alguns dos entrevistados responderam sobre o processo empreendedor com base na oportunidade oferecida pelo local de suas inserções:

[...] O meu ambiente de inserção propiciou o desenvolvimento do meu negócio (E6).

[...] Tive uma visão do local ao meu redor e logo fiz um estudo na minha área de atuação (E8).

[...] Eu já possuía o local para empreender (E9).

Entretanto, o indivíduo pode ser movido por pessoas ao seu redor, pela realização de sonhos e metas, entre outros (Dornelas, 2015). Os respondentes disseram:

[...] Meus amigos me incentivaram a empreender (E7).

[...] Enxerguei a oportunidade porque era o meu sonho e fui incentivado por meu pai (E2).

[...] O que me motivou foi o fato de querer chegar a objetivos futuros (E3).

Ao desenvolver a ideia de empreender o processo continua. Nesse sentido, Salin (2010) destaca o planejamento das atividades como primordial para o negócio. Os pesquisados disseram:

[...] detalhei os passos que iria fazer, anotando os materiais, os preços, os fornecedores, os concorrentes (E9).

[...] eu só sabia cortar cabelo, não fiz nada planejado, apenas cortei o cabelo do meu sobrinho e com o passar do tempo eu já estava com mais de 45 clientes fixos (E6).

[...] Fui aprimorando minhas habilidades aos poucos, porém sempre ia fazendo algo novo em prol dos meus clientes (E4).

Os respondentes, na sua maioria, disseram que contaram com a sorte e colocaram em prática aquilo que já sabiam fazer, que era cortar cabelo. O processo empreendedor é composto por etapas que envolve risco e acertos. O indivíduo precisa ter em mente que correr risco é normal, no sentido de fazê-lo adaptar ao novo, ao inesperado, porém, sempre precisa ter em mente que é necessário calcular os possíveis riscos do negócio. Garther (1985) salienta que deve-se levar em consideração os processos a ser adotado, o macro ambiente da organização, bem como a individualidade de cada empreendedor.

Nesse sentido os participantes disseram:

[...] Tive que fazer um esforço mental muito grande, visto que era arriscado empreender porque eu não sabia nada de gestão (E7).

[...] Me dediquei ao máximo porque me recordo bem que no começo eu era muito novo e ainda estava estudando no ensino médio (E1).

[...] O meu esforço foi considerável visto que fiz uma preparação bem detalhada antes de abrir o meu empreendimento (E9).

Os demais participantes relataram que deixaram suas criatividade falar mais alto e atenderam os amigos e parentes com serviços de corte e barba. E que não mediram esforços para atender com qualidade. Isso é demonstrado por Valério Neto (2016) ao ressaltar a importância de o empreendedor reconhecer as necessidades do público alvo e dos serviços a serem prestados, de forma a ficar sempre atendo ao que fazer em prol de mudanças precisas e decisivas.

4.3 MOTIVOS PARA SE EMPREENDER NA PERCEPÇÃO DOS PESQUISADOS

Dentre os fatores que motivam o empreendedor expostos por Robbins (2005), foram observados os pessoais como a realização de sonho, alcance de metas e objetivos, os oriundos do ambiente como local, estrutura, layout, bem como os fatores sociais, caracterizados pelo relacionamento com os grupos de convívio. Conforme exposto abaixo:

[...] A minha vontade própria de crescer profissionalmente (E5).

[...] Eu já tinha a loja (E8).

[...] Fui motivado pela minha família (E2).

[...] Os meus amigos foram os que mais me motivou a empreender (E4).

Os indivíduos também podem ser motivados a empreender na busca por receitas financeiras que supram as necessidades básicas individuais, diferenciar com relação aos concorrentes na prestação de serviço, ou seja, ser diferenciado em termos de competitividade no mercado que atuam (Melo Neto, 2002). Os respondentes disseram o seguinte:

[...] Eu queria conquistar lucros que iam além do meu salário na época que comecei a empreender (E6).

[...] O meu vizinho cortava cabelo, mas eu queria cortar cabelos e ainda oferecer preços mais acessíveis (E4).

[...] Empreendi por causa do meu vizinho que era empreendedor no mesmo segmento (E7).

Houve dois entrevistados que não viu significância na competitividade, visto que são experientes naquilo que fazem e já mantêm os seus estabelecimentos há alguns anos. Eles procuram oferecer os seus serviços com qualidade e sempre focam nas necessidades básicas de seus clientes, nesse sentido os mesmos relataram:

[...] Eu jamais iria empreender por motivo de competitividade, procuro atender os meus clientes na medida de suas necessidades (E9).

[...] Não gosto de competir com ninguém, até porque há espaço para todo mundo empreender (E3).

Os demais pesquisados se abstiveram a dizer que empreenderam porque queria ser mais bem vistos pelos amigos, vizinho e comunidades. Fato comprovado na visão de Dantas (2010), ao relembrar do reconhecimento na sociedade, como foco de muitos empreendedores.

Drucker (1989) ressalta o ensino-aprendizado do empreendedorismo para a sociedade, visto que há muitos locais de disseminação do fenômeno, onde o empreendedor é peça fundamental no processo de desenvolvimento do mesmo, na medida em que participa e faz surtir efeitos significativos no ambiente onde está inserido. No entendimento dos pesquisados:

[...] Os meus estudos foram significativos, porque pude desenvolver os meus dons em cortar cabelo, em cada curso que fiz (E9).

[...] Aprendi muita matemática no meu ensino médio e ainda fiz um curso de plano de negócio para micro empreendedor no SEBRAE, o que me preparou para fazer os cálculos do meu negócio (E5).

[...] Sempre fui curioso em aprender práticas empreendedoras por isso sempre me qualifiquei (E3).

Dolabela (1999) aponta o empreender por necessidade onde o empreendedor procura atender os seus reais problemas corriqueiros do dia a dia e o empreendedor por oportunidade que enxerga potencial para desenvolver as suas atividades porque se prepara de forma planejada. Nesse sentido os pesquisados disseram:

[...] Não fiz nada para aprimorar o meu conhecimento, empreendi por necessidade de garantir sustento para a minha família mesmo (E1).

[...] Vejo muita oportunidade de empreender com mais criatividade por isso tenho feito cursos de aprimoramento sempre que posso (E8).

[...] Sempre tive oportunidades para empreender (E9).

Dornelas (2016) ressalta que o empreendedor por necessidade que estão na informalidade podem ser empreendedores formais através da legalidade do seu empreendimento perante a lei. Dentre os pesquisados, alguns estão até na fase de mudanças, como comprovado:

[...] Estou saindo da informalidade rumo à legalidade do meu negócio (E2).

[...] Estou na fase de documentação para sair da informalidade (E3).

[...] Empreendi por necessidade, mas vejo a oportunidade de legalizar o meu negócio e torna-me empreendedor formal (E9).

Os empreendedores que se enquadram na informalidade geralmente passam por dificuldade na gestão do negócio (Dolabela, 1999). Esta questão surtiu efeito significativo entre os pesquisados ao se identificar como empreendedores só quando estão na formalidade.

[...] Sou empreendedor porque não estou na informalidade, antes eu estava, porém, tive a visão de mudar rumo à qualidade nos meus serviços e não passar mais por dificuldades (E6).

[...] Não passo por muitas dificuldades porque sou empreendedor formal, onde por consequência sou obrigado a qualificar-me sempre, isso para mim é ser empreendedor (E4).

Entretanto, ocorreu que dois empreendedores estavam na legalidade e deixou de ser formal, retornando assim, a informalidade. Estes ainda defendem que sempre foram empreendedores. Na percepção deles:

[...] Eu era micro empreendedor individual legalizado, porém, eu era obrigado a controlar papeis, e não gosto disso, mas nunca deixei de ser empreendedor por causa disso (E3).

[...] A minha empresa era toda registrada até o ano retrasado, porém atrasei as anuidades e deixei de ser legalizado, porém sempre fui empreendedor (E5).

Simões (2010) sintetiza o empreendedor que usa do seu profissionalismo de forma criativa em causas sociais, este sempre que pode envolve em projetos desenvolvidos pelo poder público em sua comunidade. Nesse sentido procura somar de forma participativa na construção de um amanhã que propicie a solidariedade. Conforme é descrito abaixo por alguns pesquisados:

[...] Além do meu salão físico, estou em parceria com um programa do Governo de Minas Gerais, onde coloco os meus serviços profissionais, em prol de causas sociais (E9).

[...] A cada 3 meses do ano participo da rua de lazer na comunidade, onde corto os cabelos da população de forma gratuita (E1).

[...] Todo mês, eu reservo um dia para ir numa escola municipal do bairro e cortar os cabelos de algumas crianças que moram na comunidade (E7).

4.4 FACILIDADES E DIFICULDADES VIVENCIADAS PELOS PESQUISADOS AO EMPREENDER

Em termos de facilidades Dolabela (1999) e Hisrich (2014) ressaltam que as pessoas do convívio do empreendedor são vistas como facilitadoras para o desenvolvimento do negócio, na medida em que apoiam o indivíduo nas fases do processo empreendedor, se solidarizando com conhecimentos, dispondo de capital financeiro dentre outras ajudas. Conforme exposto abaixo:

[...] A minha mãe foi meu ponto de facilidade para o meu negócio em termos de finanças, conselhos e até em mão de obra (E3).

[...] Eu tive facilidade porque o meu pai me deu um valor para eu começar a empreender (E5).

[...] Eu peguei empréstimo com um amigo para começar, e ele ainda me ensinou algumas técnicas de cortes de cabelo (E2).

Hisrich e Peter (2004) apontam como facilidade o fato dos empreendedores possuírem ideologias de vida, suas idades proativas para criar, suas energias para enfrentar obstáculos, bem como os mesmos serem dotados de conhecimento do negócio. Conforme é destacado entre os pesquisados:

[...] Tenho facilidade porque sou muito novo e já sou empreendedor (E1).

[...] Disponho de energia para criar os meus serviços (E9).

[...] Uso a minha energia para vencer os problemas que enfrento (E5).

[...] Possuo conhecimento do que faço por isso as coisas caminha de forma fácil (E6).

Entretanto, ouve um empreendedor que começou a empreender aos 42 anos, atualmente enquadra na faixa de 48 anos acima, onde este não é jovem, entretanto é proativo e sempre viu isso como facilidade, ao relatar:

[...]. Enxergo a minha idade como ponto de facilidade para empreender sempre, visto que sou criativo, experiente e qualificado no que faço e afirmo que não sou novo (E9).

No segmento empreendedor também há dificuldades como a falta de planejamento que envolva análise financeira e gestão do negócio (Solomon, 1986). Como explanado abaixo:

[...] O dinheiro que nunca sobra (E5).

[...] Sempre tenho dificuldades em analisar os preços dos concorrentes (E7).

[...] Eu não consigo planejar algumas medidas que preciso tomar para poder acabar com alguns desperdícios de materiais (E3).

[...] Eu enfrento dificuldades em controlar o estoque de material (E2).

Salim (2010) atribui as dificuldades aos diversos concorrentes, a inadimplência dos clientes, aos muitos impostos bem como a desqualificação e a falta de capital financeiro dos empreendedores. Nota-se que a maioria dos respondentes concordou com esse posicionamento na medida em que respondia de forma clara os temas citados:

[...] Tenho muitos concorrentes (E6).

[...] Meu capital é muito pouco (E8).

[...] Meus clientes não pagam sempre (E3).

[...] Pago imposto comercial muito alto (E2).

Valério Neto (2016) ressalta o comodismo como uma forte ameaça do empreendedor. Entre os pesquisados:

[...] Eu não mudo nunca, sempre faço o mesmo serviço (E5).

[...] Estou cansado do mesmo serviço (E1).

[...] Às vezes cansa fazer a mesma tarefa todo dia (E2).

Salin (2010), Hisrich (2014) e Dornelas (2016) reconhecem a importância da qualificação, da familiaridade com os riscos, da experiência e também estratégia sempre. Os respondentes reconhecem esses posicionamentos ao relatar para os futuros empreendedores que:

[...] Busque qualificação naquilo que goste (E9).

[...] Faça planos pro seu negócio (E1).

[...] Tome frente do negócio de forma sólida (E2).

Qualquer realidade empresarial é passível de riscos, por isso eles devem ser calculados para que sejam feitas as estratégias coerentes e precisas para eliminá-los.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar como as práticas de empreendedorismo contribuem para o crescimento pessoal e profissional dos empreendedores. Foi realizada uma pesquisa qualitativa descritiva e o instrumento de coleta de dados foi um roteiro semiestruturado composto por 15 questões abertas, aplicado a nove profissionais do segmento de salão de beleza.

Em relação ao processo empreendedor pôde-se perceber através dos relatos dos pesquisados que tudo começa com uma identificação de uma oportunidade, onde as práticas do empreendedorismo são ilustradas por um ciclo de atividades que se desenvolvem com sinergia em prol de benefícios pessoais, profissionais e coletivos. Identificou-se que é importante que as pessoas que forem empreender faça um planejamento estratégico detalhado, contendo informações sólidas sobre o negócio que irá empreender. Ficou claro que sempre deve haver uma preparação prévia das atividades a serem praticadas para evitar esforços desnecessários. Uma vez que, quando o empreendedor já tem estabelecido os seus propósitos, metas, bem como caminho a percorrer, consequentemente, o negócio perpassa pelas fases empreendedoras de maneira eficaz e com qualidade.

Em relação aos motivos para se empreender observou-se que a família é o principal deles uma vez que, os indivíduos que estão nos laços familiares se oferecem para ajudar os empreendedores, dando apoio financeiro, conselho e até mesmo servindo de mão de obra. Importante ressaltar que a vontade de crescer bem como conquistar lucros maiores, também são pontos que levam os indivíduos a tornarem-se empreendedores. Entretanto, é importante segundo os pesquisados que tudo ocorra de maneira planejada

para que seja feito dentro da formalidade, uma vez que dessa forma, tudo flui com maior sinergia. Porém ocorreu de pesquisados afirmarem que sempre foram empreendedores e que já havia feito todo o processo de legalização do negócio, mas por problemas burocráticos, ou gerenciais retornaram a ilegalidade.

Sobre as facilidades vivenciadas pelos pesquisados ao empreender, a família outra vez foi apontada como referencial de facilidade por abrir o caminho para o processo e por participar de forma efetiva com os empreendedores. Outro fator de facilidade foi à idade jovem para empreender apontadas com forte tendência entre os pesquisados. Entretanto, houve um empreendedor que começou a empreender aos 42 anos, atualmente enquadra na faixa de 48 anos acima, onde este não é jovem, entretanto é proativo e sempre viu isso como facilidade.

Em se tratando de dificuldades para empreender as principais foi o fato dos entrevistados alegarem a falta de dinheiro, pouco conhecimento de gestão, a forte concorrência, os altos impostos dos pontos comerciais, bem como o fato de muito ficarem no comodismo, dentro de suas realidades, e não buscarem mudanças significativas.

Na perspectiva pessoal ficou claro que os empreendedores são motivados a empreender por problemas pessoais, realização de metas e objetivos de vida que garantam reconhecimento social na comunidade a qual estão inseridos, por outro lado, na perspectiva profissional, interessante destacar a qualificação, a criatividade e a experiência, onde na medida em que há uma sinergia entre essas partes o processo empreendedor acontece de forma satisfatória para o crescimento pessoal e profissional destes indivíduos.

O trabalho permitiu concluir que é importante que os empreendedores façam planos precisos, ficando à frente dos empreendimentos com participação efetiva e que ainda busque qualificação sempre.

As limitações observadas no desenvolvimento deste estudo foram à falta de disponibilidade e interesse da equipe em responder ao questionário, ocasionados pela falta de tempo e pelo cansaço mental dos trabalhadores provenientes do alto volume de trabalho.

Portanto, recomenda-se a busca por estudos futuros referentes à análise do empreendedorismo na perspectiva pessoal e profissional. Este estudo não pode ser tomado como único e correto, haja vista que ele limitou-se a pesquisa em apenas um segmento e existem outros segmentos que podem ser analisados, possibilitando novas descobertas sobre o tema.

REFERÊNCIAS

ADAIR, C. B. MURRAY, B. A. **Revolução total dos processos**. São Paulo: Nobel. 1996.

ALMEIDA, F. M.; VALADARES, J. L.; SEDIYAMA, G. A. S. A contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico dos estados brasileiros. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 3, p. 466-494, 2017. Disponível

em:<<http://www.spell.org.br/documentos/ver/48373/a-contribuicao-do-empreendedorismo-para-o-crescimento-economico-dos-estados-brasileiros-/i/pt-br>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2018.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo** Lisboa, 2006.

BARON, R.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thompson, 2007.

BARROS, A.A., Pereira, C.M.M.A. **Empreendedorismo e crescimento econômico**: uma análise empírica. RCA, Curitiba, 12(4), p 975-993, 2008.

BOSZCZOWSKI, Anna, Karina. TEIXEIRA, Rivanda, Meira. O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. **Revista Economia e Gestão**, v.12,n.29, p.141-168, 2012.

CUNHA, R. A . N. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. In **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós – Graduação e Pesquisa em Administração**, ed. 28, Curitiba/PR. 2004.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 6 ed. São Paulo: Editora de Cultura,1999.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. São Paulo: Campus 2001.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios 5ª ed.. Rio de Janeiro: Empreende/ LTC. 2015.

DORNELAS, José. Carlos. **Empreendedorismo para visionários**: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. 1 ed.. Rio de Janeiro: Empreende/ LTC, 2016.

DRUCKER, P.F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: pioneira, 1986.

DRUCKER, P. F. **As novas realidades**. São Paulo: Pioneira, 1989.

FILION, Louis. Jacques. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietário-gerentes de pequenos negócios. RAUSP- Revista de administração da Universidade de São Paulo. SP, abril / jun. 1999.

FREITAS, Ernani C.; PRODANOV, Cleber C. **Metodologia do trabalho Científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

GIL, Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, José E. Lima. **As empresas são grandes coleções de processos**. São Paulo: revista de administração de empresas, 2000.

HISRIC, R. D.; PETER, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre, 2004.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

HISRIC, Robert D.PETER, M.,& SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. (9ª ed. (F.A. Costa. Trad.). Porto Alegre: AMGH, 2014.

MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

Mc Clelland, D. C. **A sociedade competitiva**: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura 1972.

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

OLIVEIRA, Djalma, de Pinho, Rebouças de. **Empreendedorismo**: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios. São Paulo: Atlas. 2014.

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao empreendedorismo**: construindo uma atitude empreendedora. Rio De Janeiro: Elsevier. 2010.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Mentalidade Empreendedora: o Modo de Pensar do Indivíduo Empreendedor. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 3, p. 495-524, 2017. Disponível em: < <http://www.spell.org.br/documentos/ver/48374/mentalidade-empreendedora--o-modo-de-pensar-do-individuo-empreendedor-i/pt-br>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2018.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**. Ed.13, 450-467 2009.

SEBRAE-Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Formação Empreendedora**. Rio de Janeiro: 2004. Disponível em <<http://www.sebraerj.com.br/main.asp>>. Acesso em 12 de mar de 2018.

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

SILVA, J. F.; PENA, R. P. M. O “Bê-Á-Bá” do Ensino em Empreendedorismo: Uma Revisão da Literatura sobre os Métodos e Práticas da Educação Empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017. Disponível em: < <http://www.spell.org.br/documentos/ver/46682/o---be-a-ba---do-ensino-em-empreendedorismo--uma-revisao-da-literatura-sobre-os-metodos-e-praticas-da-educacao-empreendedora-i/pt-br>> Acesso em: 22 de fevereiro de 2018.

SOLOMON, S. **A grande importância da pequena empresa**: A pequena empresa nos Estados Unidos, Brasil e no mundo. Rio de Janeiro: Nórdica, 1986.

VALÉRIO, Neto. Antônio. **Empreendedor sangue nos olhos**: inovação disruptiva para alavancar negócios de sucesso. São Paulo: livro bits, 246 p., 2016. Disponível em: < https://issw.com/viniciusduartenogueira/docs/ficha_rio> Acesso em: 14 de março de 2018.

VERGA, E.; SILVA, L. F. S. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. Disponível em:< <http://www.spell.org.br/documentos/ver/34576/empreendedorismo--evolucao-historica--definicoes-e-abordagens-i/pt-br>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2018.

VERGARA, Silva Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. Atlas.