

A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO EM UM CAMELÓDROMO, PALMAS-TO

Jéssica Passarinho Glória¹, Weder Ferreira dos Santos², Samuel Ferreira da Silva¹, Layanni Ferreira Sodré³, Lucas Carneiro Maciel⁴, Rafael Marcelino da Silva⁴

¹Graduando em Engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia - UFT. e-mail: jessicapassarinhogloria@gmail.com; samuel.engbiotec@gmail.com;

²Docente do Curso de Engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia - UFT. e-mail: eng.agricola.weder@gmail.com

³Mestre em Agroenergia - UFT. e-mail: farm.layannisd@gmail.com

⁴Graduando em agronomia – UFT. e-mail: lucarneiromaciel@gmail.com; r.marcelino.97@gmail.com

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo conhecer a importância do empreendedorismo como estratégia de negócio. A pesquisa de campo foi realizada com os empreendedores do Camelódromo, Palmas-TO no mês de outubro de 2016, com universo de pesquisa 40 empreendedores do Camelódromo, dos quais 35 contribuíram com a pesquisa com uma amostragem de 87,5% dos entrevistados. Os dados foram tabulados, apresentados na forma de gráficos, fazendo assim a análise descritiva e crítica dos resultados. Os empreendedores encontram-se satisfeitos com seus empreendimentos e a maioria tem conhecimento sobre as agências fomentadoras.

Palavras-chave: Administração, Entrepreneur, Tocantins

1. INTRODUÇÃO

Empreender representa basicamente uma ação social e não apenas individual, pois envolve equipe de colaboradores, fornecedores e uma variedade de clientes em uma cadeia de valor que precisa ser adequadamente integrada e consolidada ao longo do tempo (CHIAVENATO, 2012).

A palavra “empreendedor” vem do francês *entrepreneur*, que significa um indivíduo disposto a inventar ou reinventar algo sem medo dos riscos que irá correr. Pode-se afirmar que ações empreendedoras existem desde a época primitiva, quando o homem começou a criar diversas formas de se viver melhor. O empreendedor faz acontecer, procura alcançar seus objetivos sempre buscando inovações em melhores condições, sendo que se fracassar verá isso como um aprendizado e não uma derrota (OLIVEIRA, 2012).

O empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação do seu ponto de vista em oportunidades, cuja implementação leva à criação de um negócio de sucesso. O empreendedorismo teve um progresso muito grande na década de 1990 e aumentou em proporções nos anos de 2000, o que pode ser observada nas ações desenvolvidas

relacionadas ao tema. Alguns exemplos são programas de incubação de empresas e parques tecnológicos; subsídios governamentais para a criação e desenvolvimento de novas empresas; criação de agência de suporte ao empreendedorismo e à geração de negócios; programa de desburocratização e acesso ao crédito para pequenas empresas, entre outros (DORNELAS, 2012).

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e à Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTWARE) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. Os ambientes políticos e econômicos do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora (ANTUNES et al., 2014).

O empreendedor não é somente um fundador de novas empresas, o construtor de novos negócios ou impulsionador de negócios atuais. Ele proporciona a energia que move toda a economia, alavanca as mudanças e transformações, produz a dinâmica de novas ideias, cria empregos e impulsiona talentos e competências. É a pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo risco e responsabilidade e inovando continuamente (CHIAVENATO, 2012). O empreendedor, em essência, é a pessoa que tem capacidade de idealizar e realizar coisas novas (MAXIMIAMO, 2011). O presente trabalho tem como objetivo conhecer a importância do empreendedorismo no camelódromo em Palmas Tocantins-TO, como estratégia de negócio.

2. MATERIAL E MÉTODO

O presente trabalho foi realizado em um camelódromo de Taquaralto, um dos bairros de Palmas – TO, onde se encontra localizado no centro do bairro de Taquaralto, com intuito de levantar a seguinte questão: empreendedorismo como estratégia de negócio gera resultado positivo? Para obter respostas da questão foi levantada uma pesquisa com os empreendedores do Camelódromo de Taquaralto, durante o mês de outubro de 2016.

O presente estudo teve como amostra 35 (trinta e cinco) entrevistados com a porcentagem de 87,5%. Para a coleta dos dados foi aplicado o questionário de 20 questões de Silva et al (2014) onde ele descreve um questionário com perguntas objetivas e subjetivas para mais opiniões. Assim a vigente pesquisa possuía questões subjetivas e objetivas, em seguida esses dados foram tabulados, colocados em tabelas para facilitar a representação e verificação das respostas e montados graficamente, fazendo assim a análise descritiva e crítica dos resultados.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Quanto ao gênero dos entrevistados, 66% são do sexo masculino e 34% do sexo feminino. Dados da pesquisa realizada por Silva et al. (2014), no mesmo camelódromo, apresenta uma porcentagem do sexo masculino (52%), e do sexo feminino (48%). Os empreendedores do sexo masculino de 2015 apresentam menor porcentagem quando comparado ao de 2016. Um aumento de 14% que foi observado na pesquisa a campo. Este aumento ocorreu devido à entrada de novos empreendedores e os homens assumindo o lugar das mulheres no camelódromo.

Quanto ao estado civil dos empreendedores, 43% são casados, em seguida os solteiros com 29%, 6% união estável e 11% separados e/ou viúvos. Na pesquisa de Silva et al. (2014), 40% casados e 35% solteiros. Comparando o número de casados era maior em 2015 do que ano de 2016.

Quanto à escolaridade, 31% dos empreendedores têm o ensino médio completo, em seguida vêm os com o ensino superior completo com 26%, 14% ensino fundamental completo, 11% ensino superior incompleto, 6% com ensino fundamental incompleto, ensino médio incompleto, e não alfabetizado. Os empreendedores buscam através do curso superior o conhecimento para melhor gestão de seus negócios.

Quanto à idade dos empreendedores, 37% dos empreendedores têm entre 21 a 30 anos, 26% entre 31 a 40 anos, 11% (até 20 anos), 11% (entre 41 a 50 anos), 9% (51 a 60 anos) e 6% (acima de 60 anos). Notando que o empreendedorismo tem sido desenvolvido por pessoas cada vez mais jovens.

Quanto ao principal setor de atividade dos empreendedores (Figura 1), o comércio é o setor predominante com 66% e que o setor de serviços com 34%. Quando comparado à pesquisa de Silva et al. (2014), 65% comércio, 35% serviços, nota-se que em 2016 houve uma pequena diminuição na quantidade do empreendedorismo no comércio, mas que este modelo de empreendedorismo continua em alta.

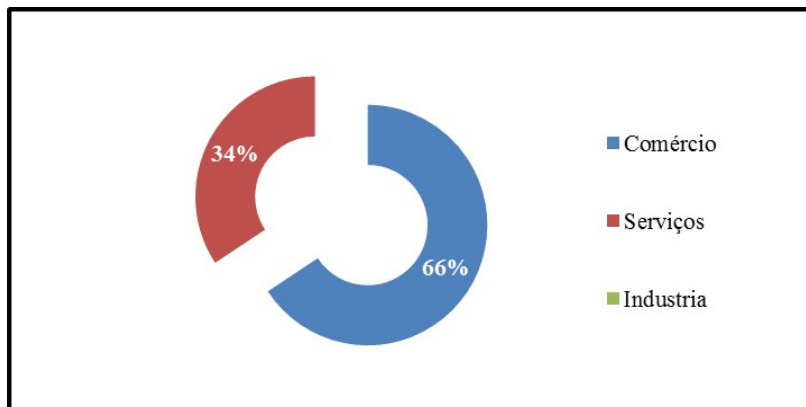


Figura 1 - Principal setor de atividade dos empreendedores do Camelódromo

Quanto ao grau de satisfação dos empreendedores na atual situação do negócio, 31% afirmam estarem muito satisfeitos, 63% satisfeitos e 6% insatisfeitos devido a problemas financeiros. O que se entende que a maioria tem tido bons resultados com seu empreendimento. Já na pesquisa de Silva et al. (2014), 55% muito satisfeito e 35% satisfeito. A porcentagem de “muitos satisfeitos” foi menor do que a mostrada na pesquisa de Silva et al. (2014). Pode se entender que talvez seja a atual situação financeira que se está vivendo.

Quanto aos motivos para a montagem do próprio negócio dos empreendedores (Figura 2), 29% foi por necessidade/desemprego. Nota-se então que o empreendedorismo é visto como um bom negócio.

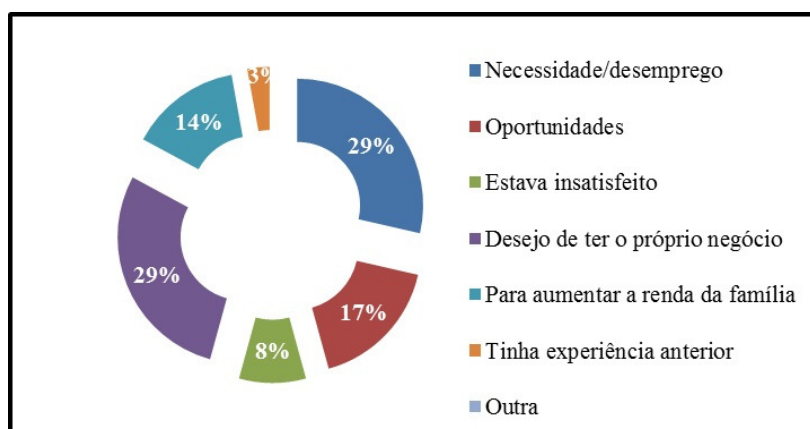


Figura 2 - Motivos para montar o próprio negócio dos empreendedores do Camelódromo

O desemprego, a aposentadoria, vontade de ter o próprio negócio, são causas que levam pessoas ao empreendedorismo. A cada experiência vivenciada, pessoal e profissional, independente do resultado, as pessoas se mostram fortalecidas, amadurecidas e mais conscientes daquilo que são capazes de enfrentar (BERNADI, 2011).

Quanto ao conhecimento dos empreendedores sobre a fomentação às microempresas, apresenta um percentual de 80% daqueles que conhecem sobre a fomentação (Ex. SEBRAE). Este percentual é superior ao de Silva et al. (2014), que apresenta 70% com conhecimento sobre programas que as instituições fomentadoras fornecem. Comparando, houve um aumento quanto ao conhecimento das agências fomentadoras.

Os empreendedores atualizados quanto às informações dos seus negócios, permite maiores taxas de lucratividades. Os demais 20% não tem conhecimento sobre a fomentação às microempresas. Pode ser que são novos empreendedores, ou aqueles que estão acomodados.

O conhecimento dos empreendedores sobre os benefícios da fomentação é grande, com 91% informados e 9% não informados. Na pesquisa de Silva et al. (2014), 75% conheciam os benefícios que a fomentação proporciona aos empreendedores. Comparando as duas pesquisas houve um aumento do conhecimento dos benefícios oferecidos, o que ajuda na melhoria dos negócios.

Quanto às melhorias nos negócios dos empreendedores, 40% dos entrevistados afirmam que após a participação de programas que fomentam o empreendedorismo melhorou a qualidade nos serviços/produtos, o que motiva para que haja mais programas voltados ao empreendedorismo (Figura 3). Estes programas são de suma importância para a melhoria nos negócios.

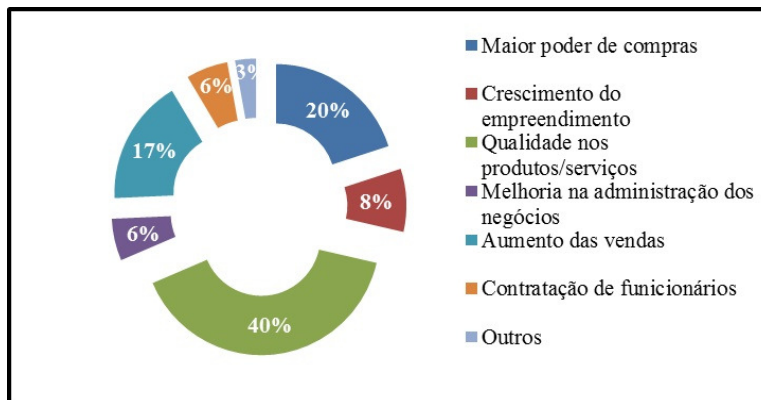


Figura 3: Melhorias nos negócios dos empreendedores do Camelódromo.

Na pesquisa de Silva et al. (2014), 30% afirmaram que após participarem dos programas de fomentação para os empreendedores em Palmas-TO, houve um crescimento na qualidade de seus produtos e serviços. Comparando as pesquisas, aumentou o número na qualidade dos produtos e serviços após a participação dos programas de fomentação.

A promoção de melhorias nos produtos e serviços oferecidos aos clientes ou até mesmo promovendo inovações, criando novos negócios e oportunidades no mercado são um meio de aumentar a lucratividade (COSTA et al., 2007).

Quanto às principais vantagens da legalização dos empreendedores, 40% acreditam que a maior vantagem é ter seu negócio regularizado e 26% é ter acesso ao crédito o que facilita investimento (Figura 4). Na pesquisa de Silva et al. (2014), 35% afirmaram que a regularização do negócio foi uma das vantagens após se legalizarem, em seguida 30% disseram ter sido o acesso ao crédito e 15% os benefícios previdenciários. Comparando as pesquisas, a vantagem de ter a regularização do negócio aumentou.

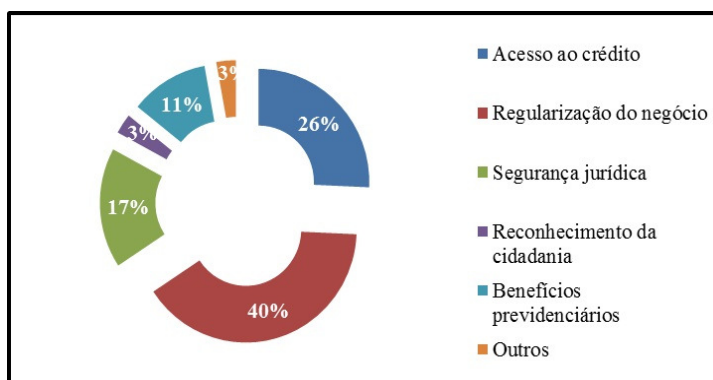


Figura 4: Principais vantagens da legalização dos empreendedores do Camelódromo.

Quanto ao cenário favorável ao surgimento de novos empreendedores no Camelódromo, 97% dizem que Palmas é uma capital que favorece o empreendedorismo por ser um lugar em crescimento, enquanto que 3% acreditam que o cenário não é favorável. Na pesquisa de Silva et al. (2014), 100% disseram que a cidade de Palmas tem um ambiente favorável para o surgimento de novos empreendedores. Comparando as pesquisas, a cidade de Palmas mostra ambiente favorável a novos empreendedores.

Segundo os empreendedores entrevistados, 49% afirmam que para que haja uma melhoria nos negócios, é necessário desenvolver mais projetos de plano financeiro com o intuito de ensinar como administrar e adquirir o capital de giro, e 37% diz que a criação de parcerias com o governo também aumentaria o crescimento dos negócios.

Na pesquisa de Silva et al. (2014), 45% dos microempresários disseram que deveriam desenvolver mais projetos de plano financeiro, com o intuito de ensinar como administrar o capital de giro e adquiri-lo, já 25% afirmaram que precisam fazer mais parcerias com o governo, com a presença constante de consultores das instituições na fomentação do negócio.

Fazendo-se um comparativo entre as pesquisas, houve um aumento tanto dos que afirmam que para que haja uma melhoria nos negócios é necessário desenvolver mais projetos de plano financeiro com o intuito de ensinar como administrar e adquirir o capital de giro como também dos que dizem que a criação de parcerias com o governo também aumentaria o crescimento dos negócios.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, a grande maioria dos empreendedores do Camelódromo de Taquaralto, Palmas-TO, encontram-se satisfeitos com seus negócios. Necessidades financeiras e desejo de ter o próprio negócio são os principais motivos que levaram os empreendedores a investirem no seu empreendimento. A qualidade nos produtos/serviços e maior poder de compras são os pontos que precisam de melhorias em seus empreendimentos.

De acordo com a maioria dos entrevistados, Palmas-TO apresentasse como um cenário favorável ao surgimento de novos empreendedores no Camelódromo. Deste modo, o empreendedorismo como estratégia de negócio gera resultados positivos, como a lucratividade e como auxílio para aprimorar o conhecimento do empreendedor.

REFERENCIAS

ANTUNES, A.L.; SALUSSE, M.; MACEDO, M.M.; NETO, M.T.; GUIMARÃES, M.L.; GRECO, S.M.S.S.; ANDREASSI, T. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2014.

BERNADI, L.A. **Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4 ed. Barueri: Manole, 2012.

COSTA, A.M.; CERICATO, D.; MELO, P.A. Empreendedorismo corporativo: uma nova estratégia para a inovação em organizações contemporâneas. **Revista de Negócios**, v.12, n.4, p.32-43, 2007.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores**. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

OLIVEIRA, F.M. Empreendedorismo: teoria e prática. **Revista On line Especialize**, maio, 2012.

SILVA, A.S.; LUZ, C.N.M.; SANTOS, W.F. O processo empreendedor e a fomentação às MPÉs no camelódromo de Taquaralto, TO. **Revista Tecnologia & Ciência Agropecuária**, v.8, n.5, p.61.