

Evento: XXV Seminário de Iniciação Científica

COMPROMETIMENTO, DETERMINAÇÃO E OBSESSÃO POR OPORTUNIDADES: UM ESTUDO DE CASO DO SETOR VAREJISTA DA REGIÃO CELEIRO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL¹
COMMITMENT, DETERMINATION AND OBSESSION FOR OPPORTUNITIES: A CASE STUDY OF THE RETAILER SECTOR OF THE BARREL REGION OF THE STATE OF RIO GRANDE DO SUL

**Daniela Fabiana Wantz², Tailan Natan Canzi³, Alexander Rafael Rambo⁴,
Fernando Henrique Cenatti⁵**

¹ Pesquisa realizada na disciplina de Administração Empreendedora do curso de Administração da Unijuí, campus Três Passos

² Acadêmica do curso de Administração da Unijuí

³ Acadêmico do curso de Administração da Unijuí

⁴ Acadêmico do curso de Administração da Unijuí

⁵ Acadêmico do curso de Administração da Unijuí

1. INTRODUÇÃO

As discussões a respeito do perfil dos empreendedores de sucesso tem norteado alguns dos principais estudos na área das Ciências Sociais Aplicadas, principalmente no campo da Administração. Para Hisrich (2004), empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor agregado, dedicando tempo e esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. Já para Dornelas (2001), o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Ainda segundo ele, o empreendedor tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz, utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive, aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar. Ainda, segundo Dornelas (2001), o comprometimento, a determinação e a obsessão por oportunidades são elementos inerentes aos empreendedores de sucesso. Considerando esta afirmação, o presente estudo tem como objetivo identificar os níveis de comprometimento, determinação, e obsessão por oportunidades dos empreendedores cujos negócios pertencem ao setor varejista da Região Ceileiro de Rio Grande do Sul. A escolha do setor varejista deve-se ao fato de que o mesmo detém o maior número de empresas, se comparado aos demais setores, além de ser responsável pelo maior número de postos de trabalho.

2. METODOLOGIA

Quanto à metodologia, a mesma é dividida em cinco partes: classificação da pesquisa, universo amostral, sujeitos da pesquisa, coleta de dados e análise e interpretação dos dados. No que diz respeito à classificação da pesquisa, quanto à natureza a mesma pode ser considerada é básica,

Evento: XXV Seminário de Iniciação Científica

pois não há evidências de estudos que aborde este tema na Região Ceileiro do Estado do Rio Grande Sul. Já quanto à abordagem, classifica-se como quantitativa, pois fez uso de técnicas e procedimentos estatísticos. Por outro lado, quanto aos objetivos é descritiva, porque se limitou a descrever o nível de comprometimento, determinação e obsessão por oportunidades dos empreendedores pertencentes ao setor varejista da já mencionada região. Por fim, quanto aos procedimentos técnicos a pesquisa é de campo, pois os dados foram coletados diretamente nas empresas pesquisadas. Quanto ao universo amostral e aos sujeitos da pesquisa foram pesquisados 77 empreendedores, sendo 15 pertencentes com negócios no setor de informática, papelaria, comunicação e revenda de celulares; 9 proprietários de postos de combustíveis; 7 proprietários de revendas de veículos, autopeças e/ou oficinas; 15 proprietários de mercados e/ou supermercados; 23 proprietários de farmácias e/ou perfumarias; e 8 proprietários de lojas de tecidos, vestuário e calçados. A coleta de dados se deu através da aplicação de questionário, e a análise e interpretação de dados ocorreu através de análise de frequência.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para Dornelas (2001), o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador e alguns atributos pessoais, que somados às características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa. De um ideia, surge uma inovação e, como consequência, uma empresa. Quanto às características comportamentais empreendedoras analisadas neste estudo, que são o comprometimento, determinação e obsessão pelas oportunidades, Dornelas (2001) diz que o empreendedorismo requer devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer, requer ousadia, que se assumam riscos calculados, que se tomem decisões críticas e que não se desanime com as falhas e erros. Esta etapa do estudo está dividida em duas partes, sendo que na primeira serão descritos os índices de comprometimento e inovação, e na segunda será abordada a obsessão por oportunidades, na visão dos pesquisados. Dedicar-se significa definir qual ação será tomada, ou seja, quais iniciativas são necessárias para atingir determinado objetivo. Já a dedicação é o ato de abnegar-se à ação que fora determinada. O comprometimento e a determinação nas organizações ocorre quando os colaboradores ou gestores acreditam na sua empresa, fortalecendo os laços e as relações.

Para avaliar o comprometimento e dedicação dos empreendedores pesquisados foram feitos seis questionamentos. O primeiro dizia respeito à pró-atividade na tomada de decisões. Os resultados apontam que 86% consideram-se proativos; 4,10% se consideram fracos neste quesito, e 9,90% se consideram regulares. Isto mostra que os proprietários das empresas pesquisadas consideram-se líderes proativo, aptos a à tomar as decisões pertinentes a sua organização. O segundo questionamento buscou identificar a tenacidade e obstinação dos mesmos. Os resultados da pesquisa revelaram que 73,3% dos empreendedores pesquisados consideram-se obstinados; 22,70% consideram-se regulares neste quesito, e apenas 4% apontam este elemento como um ponto fraco. O terceiro questionamento realizado para avaliar o comprometimento e determinação dos empreendedores pesquisados está relacionado à sua disciplina e dedicação. A pesquisa revelou que 81,3% dos entrevistados declaram-se disciplinados e dedicados; 16% julgam-se regulares, e apenas 2,70% entendem que não possuem a disciplina e dedicação necessária. A

Evento: XXV Seminário de Iniciação Científica

quarta pergunta feita para avaliar o grau de comprometimento e dedicação dos empreendedores estudados refere-se à sua persistência ao resolver problemas. Nesse sentido, a maioria, ou seja, 89,5% dos empreendedores avaliados julgaram-se persistentes ao resolverem problemas. Os empreendedores pesquisados também foram questionados se estão dispostos a sacrificarem-se para atingir suas metas. E nesse sentido, 79% deles mencionaram que sim, ou seja, sacrificam-se para atingir suas metas. Já 12 % avaliam-se regulares nesta competência, e 9% julgaram-se fracos. Empenhar-se para atingir metas é um fator de suma importância para que as empresas possam crescer no mercado e obter vantagens sobre as demais. A última indagação a respeito do nível de comprometimento e determinação questionou se os empresários são capazes de imergirem-se totalmente nas atividades que desenvolvem. A maioria absoluta (89,5%) afirmaram que sim, o que demonstra o grande comprometimento que os mesmos possuem com os seus negócios.

A segunda etapa do estudo buscou identificar se os empreendedores são influenciados por oportunidades. Para isso, foram feitos três questionamentos. O primeiro, questionava se os empresários estudados possuem conhecimento profundo das necessidades dos clientes. O resultado da pesquisa revelou que 83,20% dos mesmos dizem ter um profundo conhecimento das necessidades dos clientes; 14,3% consideram-se regulares neste fundamento, e apenas 2,50% entendem não ter o conhecimento das necessidades de seus clientes. Conhecer as necessidades dos clientes, na opinião de Kotler (1998) é elemento determinante para a sobrevivência de competitividade das empresas. O segundo questionamento buscou identificar se os empreendedores questionados são atentos ao mercado. Os resultados do estudo mostram que 76,30% dos empresários pesquisados consideram-se atentos ao mercado. Por outro lado, 23,70% entendem ser este um dos seus principais pontos fracos. Ficar atento ao mercado para perceber e entender as mudanças do macro e microambiente e, conseqüentemente, seus impactos diretos nas empresas, tanto na geração de oportunidades, quanto de ameaças, é determinante para as organizações manterem-se competitivas. Por fim, a terceira e última indagação, relacionada às oportunidades, questionou os empreendedores sobre o seu interesse em criar valor e satisfazer as necessidades dos clientes. Nesse sentido, 90,90% dos empreendedores avaliados reputam-se estar atentos às necessidades dos consumidores, oferecendo aos mesmos produtos com valor agregado. Por outro lado, 7,80% julgaram-se regulares nesta competência, e apenas 1,30% consideram-se fracos. Agregar valor aos produtos através da inovação é considerado por Porter (1989) a principal fonte de vantagem competitiva sustentável para as empresas.

CONCLUSÃO

O principal objetivo deste estudo foi identificar os níveis de comprometimento, determinação, e obsessão por oportunidades dos empreendedores, cujos negócios pertencem ao setor varejista da Região Ceileiro de Rio Grande do Sul. Através da pesquisa realizada é possível concluir que os empresários pesquisados são comprometidos com os seus negócios, fazendo destes a sua própria razão de ser. Da mesma forma, são determinados e possuem uma competência essencial para a manutenção e crescimento de seus empreendimentos, que é estar atento às oportunidades que o mercado proporciona. Para finalizar, entende-se que o presente estudo alcançou os objetivos propostos.

Evento: XXV Seminário de Iniciação Científica

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

HISRICH, Robert D. e col. **Empreendedorismo** - 5.ed.- Porto Alegre : Bookman, 2004. Disponível em <http://brasilemsintese.ibge.gov.br/comercio.html>. Acesso em 18 de junho de 2017.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1998.

PORTER, Michael E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1989.