

## PERFIL EMPREENDEDOR DOS GESTORES DE JOALHERIA DE VITÓRIA DA CONQUISTA-BA

Rachel Fernandes Amorim

Graduanda do VIII semestre de Administração - UESB

rakkellamorim@hotmail.com

(77) 3422-4575

Dra. Almiralva Ferraz Gomes

Professora assistente do DCSA/UESB

Doutora em Administração pela UFLA

almiralva@gmail.com

(77)3423-2551

### RESUMO

Muitos estudos têm sido realizados para trazer uma definição sobre o empreendedor, além de buscar apresentar o seu perfil. Diante disso, o presente trabalho, através de um estudo de caso no ramo de joalheria em Vitória da Conquista, propôs-se a conhecer o perfil empreendedor dos gestores que compõe o setor de joalheria de Vitória da Conquista.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Perfil empreendedor. Características Empreendedoras.

### ABSTRACT

Many studies have been done to bring a solid of the entrepreneur, and seek to present your profile. Thus, the present work based in a case study in the jewelry business in Vitória da Conquista, it was proposed to identify the characteristics of entrepreneurial managers who make up the jewelry sector in Vitória da Conquista.

**Keywords:** Entrepreneurship. Entrepreneur Profile. Featured Entrepreneurs.

## **PERFIL EMPREENDEDOR DOS GESTORES DE JOALHERIA DE VITÓRIA DA CONQUISTA-BA**

### **1 Introdução**

A constante evolução da gestão empresarial proporcionou profundas mudanças nas instituições quanto aos seus objetivos e estratégias que afetam significativamente as suas atividades, alterando, assim, as reais necessidades dos consumidores.

Nesse contexto, as organizações empresariais, para alcançar os seus objetivos, precisam oferecer novas oportunidades de negócios de forma a driblar as disputas acirradas da concorrência, sem ignorar a organização da sociedade civil, que conquista, a cada dia, novas leis e regulamentos para a garantia da qualidade dos produtos e dos serviços ofertados.

Diante de um discurso que reforça veementemente que a palavra final é do consumidor, não há mais espaço para acomodação, passividade, individualismo e paternalismo nas relações entre o cliente e organização. Assim, a figura do empreendedor é fundamental e o seu perfil pode tornar-se um diferencial de mercado. Uma vez que empreender é uma tarefa a se desenvolver com todos os cuidados, dentro das melhores práticas de mercado, exige-se um profundo conhecimento daquilo que se tem por domínio do negócio.

Ademais, cabe ao empreendedor enfrentar a realidade de construir algo novo, transformando sonhos em realidade. Sendo assim, é possível afirmar que empreender é o ato de aproveitar oportunidades, inovar, planejar, arriscar, empenhar, ser perseverante, acreditar na ideia e transformá-la em realidade. Esse ato se aplica em qualquer área, seja um novo negócio, um novo processo, um novo produto ou um novo método. Diante do exposto, o presente trabalho propôs-se a conhecer o perfil empreendedor dos gestores que compõe o setor de joalheria de Vitória da Conquista.

### **2 Fundamentação Conceitual**

Definir o empreendedor é uma tarefa árdua, baseado no fato de que cada pessoa interpreta e tem a sua própria concepção sobre determinado assunto de diferentes formas. Além disso, o tema tem se expandido bastante nos últimos anos. Ao longo da história, é possível identificar vários autores distribuídos em épocas, locais e realidades distintas. Isso

leva a existência de diferentes definições para o termo. Essa diversidade, de certa forma, contribui senão para a confusão pelo menos para o enriquecimento da ciência da administração.

Filion (1999, p.6) explica que “pesquisadores tendem a perceber e definir empreendedores usando premissas de suas próprias disciplinas”. O autor ainda explica que há uma confusão a respeito deste termo. Em outros termos, existem pelo menos duas correntes de pensamento que estudam o empreendedorismo: os economistas e os comportamentalistas (psicólogos). Aqueles associam o conceito de empreendedor à inovação e desenvolvimento e estes enfatizam o comportamento dos indivíduos, concentrando nos aspectos criativos e intuitivos (FILION,1999; GOMES, 2006).

Para Drucker (1986, p.29), os empreendedores “criam algo novo, algo diferente; eles mudam ou transformam valores”. O autor acredita que esse conceito não deve ser atrelado somente a instituições econômicas. Os empreendedores são inovadores, sabem conviver no ambiente de riscos e incertezas oriundos das decisões. Drucker (1986) afirma ainda que o espírito empreendedor não é um traço na personalidade, mas qualquer pessoa pode aprender a se comportar de forma empreendedora tendo uma decisão a tomar na sua frente.

Filion (1999, p.19) afirma que “um empreendedor é a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. Esse conceito é bastante relevante, pois, para o autor, o empreendedor projeta seu futuro, onde deseja ver o sucesso de seus produtos e serviços, identificando as oportunidades, agarrando-as e buscando recursos para pôr suas ideias em prática. Essa afirmativa diferencia sonho de visão, já que para Filion (1999), a visão implica em prática. Para ele, o empreendedor deve estar constantemente aprendendo sobre o meio para detectar oportunidades e aprender agir de acordo com as mais variadas situações, tomando decisões arriscadas e incluindo novos elementos de interesse do mercado.

Para Schumpeter (1982), o conceito de empreendedor está diretamente ligado ao conceito de inovação e de aproveitamento das oportunidades. Segundo Gomes (2006), Schumpeter, para se destacar, enfatizou esta ideia em suas obras e deu ampla projeção ao tema inovação. Segundo Schumpeter (1982), o empreendedor cria algum negócio novo ou pode também inovar dentro de negócios já existentes, seja por métodos de produção, introdução de novos mercados, formas de fornecimento ou até métodos de organização.

Ainda segundo Schumpeter (1982, p. 78), “o risco obviamente recai sempre sobre o proprietário dos meios de produção ou do capital-dinheiro que foi pago por eles, portanto nunca sobre o empresário (...)”. Para o economista, o empreendedor não precisa ser

necessariamente o dono da empresa ou do capital, mas sim a pessoa que não se conforma com a situação atual (GOMES, 2006; ALVES *et al.*;2010).

Um questionamento muito pertinente a ser feito é: por que estudar o perfil empreendedor? Para Dornelas (2001, p.9), “uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, o seu comportamento e o próprio processo empreendedor devem ser estudados e entendidos”. Para esse autor o comportamento do empreendedor merece destaque, pois a sua gestão e, conseqüentemente, o seu comportamento tem tido sucesso nas organizações, logo deve ser estudado mais profundamente.

Não há uma receita para ser um empreendedor de sucesso. Porém, existem algumas características pessoais que fornecem o caminho para tal sucesso. Essas características são enumeradas pelos mais diversos pesquisadores, de acordo com as suas áreas e visões. Dolabela (1999, p. 70) afirma que “o candidato a empreendedor deve identificar as características que seu futuro trabalho irá exigir e avaliar o seu potencial em relação a elas”. Este autor acredita que as características empreendedoras podem ser desenvolvidas e aprendidas, servindo de base para o desenvolvimento do empreendedor e do enriquecimento do ensino do empreendedorismo.

Embora não exista um perfil correto e único sobre as características do empreendedor, outro estudo bastante interessante foi realizado por Bygrave (2004), que aponta dez principais características do empreendedor bem-sucedido, são elas: acreditar ser capaz de propor soluções diferentes das existentes; ser otimista e autoconfiante; colocar seus sonhos em prática a qualquer preço; não ficar sem agir frente ao risco de fracassar; dedicar-se ao negócio, mesmo que tenha que sacrificar sua vida pessoal e familiar; devotar-se a algo que gosta de fazer, que conhece bem mais do que a maioria das pessoas; ser curioso e atento; observar cada detalhe como sendo uma oportunidade de negócio; procurar sempre pesquisar novos e diferentes caminhos; preferir se arriscar a empreender o próprio negócio do que possuir a segurança de um emprego; aceitar o dinheiro como medida de sucesso e; por fim, saber ouvir as pessoas a sua volta e liderá-las.

Para Dornelas (2001, p. 30), “o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador (...)”. Para este autor, o empreendedor possui uma grande vantagem: conhecer o negócio em que atua, já que possui experiência e tempo na área, representando assim, certa vantagem frente às outras empresas.

### 3 Procedimentos Metodológicos

O presente trabalho se caracteriza por sua natureza teórico-empírica e tem como objetivo central descrever o perfil empreendedor dos gestores de joalheria de Vitória da Conquista. O caráter teórico da pesquisa está em estudar teoricamente o campo de estudo do empreendedorismo. Segundo Lakatos e Marconi (2000, p. 102), “A teoria serve para resumir sinteticamente o que já se sabe sobre o objeto de estudo (...)”. Já o caráter empírico é dado através dos dados que serão coletados em campo.

A presente pesquisa também tem caráter descritivo-exploratório. Gil (1991, p.45) afirma que “as pesquisas descritivas tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou então, o estabelecimento de relação entre variáveis”.

O estudo multicaso foi a estratégia utilizada para realização da presente pesquisa. De acordo com Yin (2001, p.27), o estudo de caso é “a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se podem manipular comportamentos relevantes”.

Os dados receberam tratamento quantitativo, mas não se desprezou as análises qualitativas. Richardson (1989, p.29) afirma que a pesquisa quantitativa se “caracteriza pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento dessas estratégias de técnicas estatísticas [...]”. Esta abordagem visa garantir a precisão dos resultados, evitando distorções de qualquer natureza e garantir às pesquisas seguranças nos dados. A abordagem quantitativa é normalmente aplicada em estudos descritivos, em que se procuram descobrir, classificar e investigar fenômenos e variáveis.

No presente estudo, o universo foi definido com base nas informações concedidas pela visita à sede da Secretaria de Finanças da Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista (PMVC), e da Lista Telefônica Online (102CONQUISTA). A Prefeitura não apresenta uma relação de empresas denominadas “Joalheria”, ou seja, atividade principal revenda de jóias. Mas constava “loja de departamento” ou “fabricação de artefatos de joalheria e ourivesaria” ou “conserto de jóias”, entre outros, o que dificultou o levantamento das empresas, sendo necessário recorrer a lista telefônica para relacionar as empresas que compõe o setor joalheiro de Vitória da Conquista. A Câmara de Dirigentes Lojista (CDL) da cidade foi consultada, mas não informou a quantidade de empresas cadastradas.

Quanto ao tipo de amostragem, a pesquisa deseja abranger todas as empresas identificadas no levantamento. Ao todo foram identificadas treze empresas. No entanto, uma

negou-se a participar da presente pesquisa. A amostra, portanto, representará todo o universo de pesquisa. Ademais, embora a amostra seja do total da população identificada, ela parece ser do tipo acidental. Para Richardson (1989), ela representa a população que tem sido possível obter, mas sem nenhuma segurança que representam os subconjuntos do universo.

Para a realização desse trabalho, o instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário semi-estruturado. As vantagens da utilização de questionário, segundo Richardson (1989), são: obtenção de informações de um grande número de pessoas mais rapidamente, abrangência geográfica, tabulação dos dados mais rápida e maior tempo de respostas para os entrevistados.

#### **4 Perfil Empreendedor dos gestores no setor de joalherias de Vitória da Conquista**

Os dados coletados demonstraram que há homogeneidade entre homens e mulheres, uma vez que não houve predominância de nenhum dos gêneros. Já considerando a idade dos entrevistados, foi observado que a maioria dos gestores está na faixa etária de 31 a 50 anos. Vale a pena observar que um dos gestores possui menos de 20 anos, comprovando a inserção do jovem empreendedor no mercado de trabalho. Ainda foi observado um gestor com idade superior a 60 anos, o que demonstra a permanência de pessoas mais maduras ativamente em atividades profissionais.

A pesquisa revelou que 25% das joalherias têm entre 10 e 20 anos de experiência e mais de 30% possuem experiência entre 1 e 10 anos no mercado. Com isso, pode-se inferir que os gestores possuem uma vasta vivência nesse ramo, apresentando um conhecimento aprofundado do mercado de jóias.

Anteriormente à atuação no setor joalheiro, a maioria dos gestores revelou possuir experiência prévia, seja com outro negócio, vendedor informal, empregado ou funcionário público. Apenas 2 gestores eram estudantes antes de montarem suas joalherias. Um precedente profissional relacionando tanto o tipo de atividade quanto o tempo de atuação, geralmente, proporciona ao gestor mais maturidade para atuar no mercado de trabalho. Foi possível observar que mais de 40% dos gestores estiveram durante mais de 10 anos nas atividades prévias às atuais. Apenas 2 gestores tiveram menos de 5 anos em atividades anteriores ao ramo de joalheria.

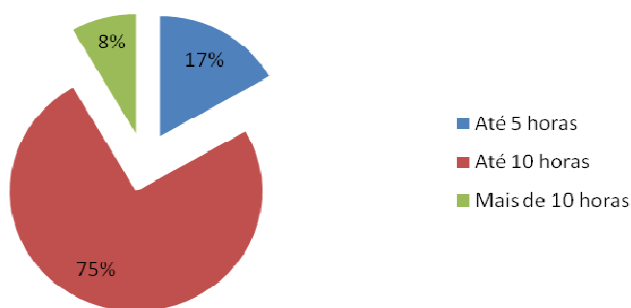


Figura 1: Horas diárias de dedicação ao trabalho  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Como é possível perceber na Figura 1, 75% dos empresários se dedicam até 10 horas de serviços diários na empresa. Essa carga horária não difere muito da carga horária trabalhista que é de 8 horas/dia. Isso indica que essas possíveis 2 horas a mais de serviço estejam relacionadas à abrir e fechar a loja, bem como fazer o caixa do dia. Apenas 8% dos entrevistados afirmaram que trabalham mais de 10 horas na empresa, demonstrando que os empresários desse ramo se dedicam às lojas apenas a jornada de trabalho convencional. De acordo com Fillion (1993), não há uma relação direta entre o número de horas trabalhadas e o sucesso do empreendedor. Para ele, a energia, ou seja, a intensidade e o conhecimento dedicado ao trabalho, juntamente com as horas investidas determinaram o sucesso da empresa.

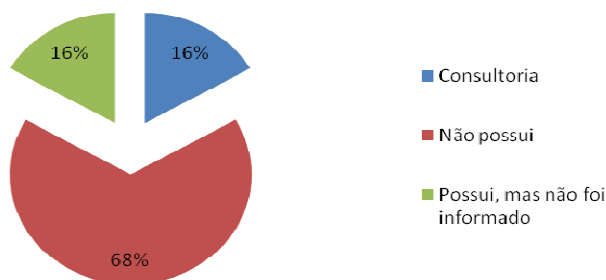


Figura 2: Suporte gerencial  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Suportes gerenciais, tais como consultorias e ferramentas de software auxiliam tanto na manutenção administrativa, financeira, estoque, controle de vendas etc. quanto nas tendências do mercado, permitindo a empresa se preparar para novas temporadas/estações e para novos desafios. De acordo com a Figura 2, 32% das empresas já se mobilizaram para tais suportes gerenciais e, portanto, mostram-se mais abertas a mudanças e a adaptações de tecnologias emergentes. Um fato interessante a ressaltar é que os 68% restante não

apresentam nenhum suporte gerencial para auxiliar a sua gestão, evidenciando que o setor de jóias ainda não está totalmente aberto e antenado para medidas gerenciais que venham facilitar a gestão das empresas.

O empreendedor, ao montar o seu negócio, depara-se com todo tipo de dificuldades no mercado, sejam elas tributárias, financeiras, pessoais, dentre outros. Na pesquisa realizada, 46% dos empreendedores creditam suas dificuldades a alta carga tributária imposta pelo governo. Essa alta carga tributária é verificada nos mais diferentes ramos de atividades, mas no setor de joalherias os impostos sobre as peças comercializadas é bastante alto, dificultando assim as compras e os investimentos na empresa por parte dos gestores.

A Figura 3 ilustra essas dificuldades. Também é possível perceber que a grande concorrência no mercado é uma das dificuldades relatadas por 20% dos gestores, que acreditam que o segmento de jóias esteja bem concorrido. Essa concorrência é bastante visível no Centro da cidade de Vitória da Conquista, onde a maioria das joalherias está concentrada. É possível perceber que as lojas estão bem perto uma das outras, com vitrines atrativas, ambiente interno confortável e os mais diversos tipos de ações promocionais para acirrar mais a competição.

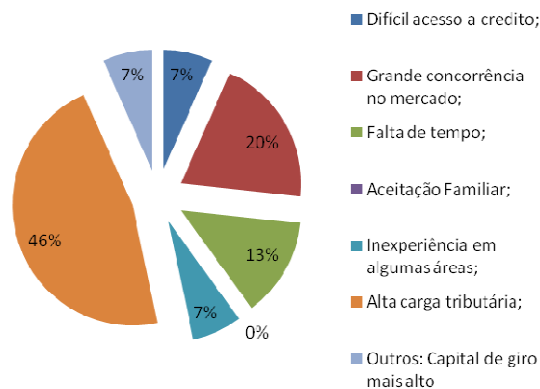


Figura 3: Dificuldades para empreender  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Os gestores demonstraram diferentes opiniões sobre o mercado local. A Figura revela que a grande maioria dos gestores classificou positivamente o mercado. Isso confirma que mesmo com a presença da concorrência, o comércio de jóias corresponde às expectativas dos gestores. Apenas 16% dos gestores acham que o mercado joalheiro de Vitória da Conquista está estagnado ou é saturado e exigente. É interessante ressaltar, neste instante, que cada gestor possui uma visão diferente de mercado de acordo com suas percepções, facilidades e dificuldades encontradas para administrar a empresa.



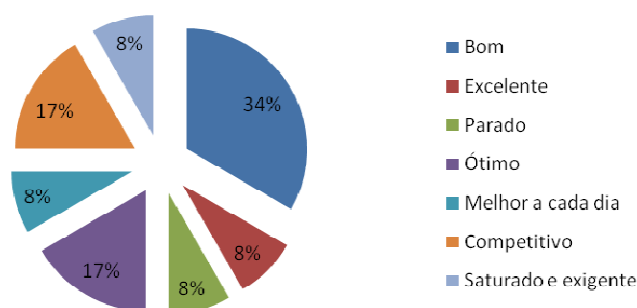


Figura 4: Opinião sobre o mercado local  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Dentre os diversos pontos levantados como alternativas para melhorar o desempenho das empresas, os gestores enfatizaram a diminuição da carga tributária como sendo o principal empecilho para o rendimento da empresa (Figura 5). Essa questão tributária realmente preocupa gestores de joalherias. Eles acreditam que essa é uma das maiores dificuldades encontradas para ser empreendedor neste ramo. Maior acesso a financiamentos, juntamente com treinamentos e cursos vieram na sequência, demonstrando que os gestores estão carentes de fontes de financiamentos com juros e prazos mais acessíveis. Apenas 13% dos gestores acreditam que mais treinamentos e cursos para seus funcionários teria como resultado o crescimento das vendas e, conseqüentemente, do lucro. É notório que a maioria dos gestores não encara a formação de parcerias como vantagem para crescimento da empresa. Segundo Isatto e Formoso (1997), “(...) através de relações estáveis, colaborativas e de longo prazo, a obtenção de vantagem competitiva através da melhoria da qualidade e diminuição dos custos de produção ao longo da cadeia de suprimentos”.

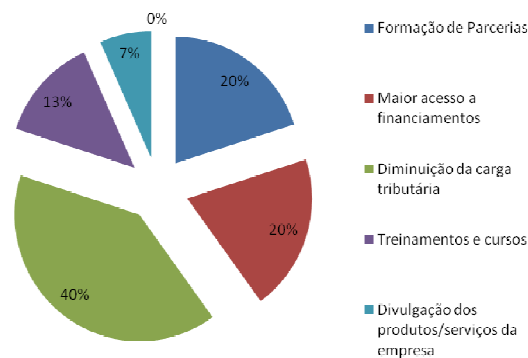


Figura 5: Fatores para melhorar o negócio  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

A capacidade de assumir riscos calculados sejam financeiros, psicológicos ou sociais, é uma característica do empreendedor e faz parte do processo empresarial. Segundo

Filion (1999, p. 19), pesquisas revelam “que os empreendedores são pessoas que tendem a assumir riscos moderados e minimizar incertezas nos seus processos de tomada de decisão”. Essa afirmativa de Filion se comprova na Figura 6 em que 50% dos gestores afirmam que são moderadamente capazes de assumir riscos, enquanto apenas 17% se julgam plenamente capazes de assumir todos os riscos existentes no negócio. Somente 8% dos gestores se sentem inseguros a ter que assumir algum risco. Essa posição de insegurança frente aos riscos não é uma postura correta para os empreendedores que precisam ser seguros frente as mais variadas decisões e demonstrá-las aos funcionários e ao mercado.

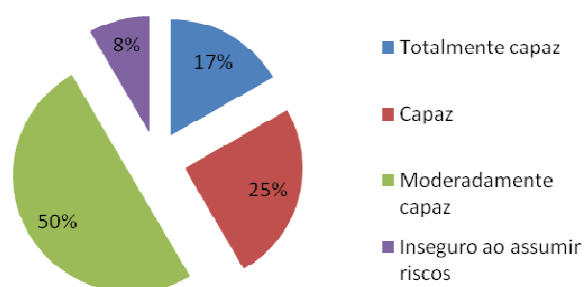


Figura 6: Capacidade de assumir riscos  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Ninguém melhor que o próprio empreendedor para realizar sua auto-avaliação. De acordo com a Figura 7, 92% dos gestores se consideram mais ou menos ou muito empreendedores. Essa concepção própria de serem autênticos empreendedores é bastante positiva, uma vez que esses gestores estão com auto-estima elevada e, portanto, mostram-se mais seguros para administrarem suas empresas. Segundo Filion (2010), os empreendedores não seguem caminhos delimitados, eles criam sua própria história. Para isso, eles devem se conhecer muito bem, pois precisarão detectar as oportunidades do ambiente externo e analisar as que mais tem haver com suas características e com seus interesses.

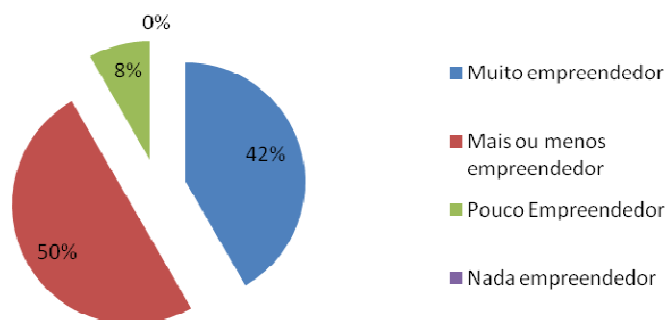


Figura 7: Auto-avaliação  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

A Tabela 1 foi inserida na pesquisa como meio de identificar as características tidas como mais importantes pelos gestores na administração de seus empreendimentos. Eles tiveram a oportunidade de enumerar, por ordem de importância, um rol de onze características identificadas pela literatura especializada como presentes no indivíduo empreendedor. Não foi possível estabelecer uma sequência correta ou única, já que as sequências foram as mais variadas. Diante disso, as três primeiras características, mais pontuadas foram analisadas. De acordo com a Tabela 1, a Criatividade, foi o item que obteve a melhor posição entre os respondentes. Para Chér (2008), o conhecimento é o principal ingrediente para a criatividade, porém, as atitudes da pessoa que irão definir se ela é ou não criativa.

A atitude que ela toma com o conhecimento adquirido amplia seu potencial criativo e dos seus funcionários. O segundo lugar foi empatado pela capacidade de inovar, habilidade de lidar com pessoas e facilidade de comunicação. Essas características representam, atitudes imprescindíveis tanto para o gestor como para os funcionários das joalherias, já que esses gestores lidam com comércio, precisam estar sempre inovando em função do grau de exigência dos consumidores. Diante disso, os gestores precisam usar dessas habilidades de comunicação e relacionamento interpessoal para fazer as negociações com consumidores e os fornecedores. O terceiro e último item a ser analisado foi a organização. Ela não aborda só a arrumação do espaço físico da empresa, mas a capacidade do empreendedor de organizar as áreas ligadas a recursos humanos, materiais, financeira e tempo.

Tabela 1 - Características para ser empreendedor

Enumeração por ordem de importância das características consideradas para ser um empreendedor de sucesso segundo os gestores. (Escala: 1 o mais importante e 11 o menos.)												
Gestores	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Capacidade para inovar	3	1	4	10	4	5	11	2	4	2	1	1
Proatividade	11	3	9	11	5	11	10	3	2	11	7	2
Criatividade	2	2	1	8	1	7	9	1	1	10	3	7
Autoconfiança	8	4	8	9	8	4	8	4	3	9	9	9
Perseverança	9	5	7	1	9	1	7	5	7	1	8	3
Habilidade para lidar com pessoas	4	7	2	2	3	6	5	6	6	3	4	4
Facilidade de comunicação	5	6	6	7	2	2	6	7	10	4	5	11
Habilidade na área financeira	6	10	5	3	11	10	4	11	11	8	2	5
Liderança	1	8	10	4	7	9	1	8	9	7	10	8
Capacidade de assumir riscos	7	9	11	6	10	8	2	10	8	5	11	10
Organização	10	11	3	5	6	3	3	9	5	6	6	6

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

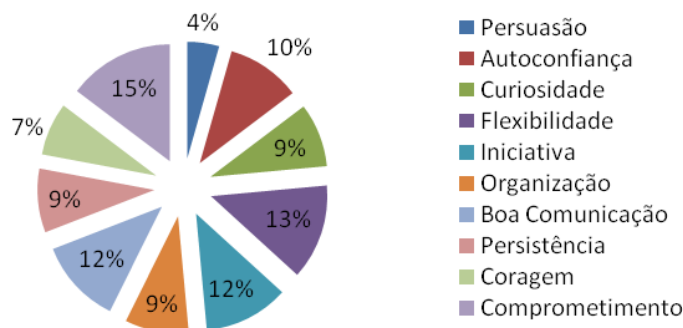


Figura 8: Características pessoais  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

A Figura 8 demonstra várias características que os gestores acreditam possuir. Essas características são normalmente encontradas nos indivíduos empreendedores e são bons indicadores para o desempenho à frente dos negócios. O comprometimento foi o item que recebeu maior indicação, evidenciando um requisito essencial ao gestor. Essa característica relaciona-se com o esforço e sacrifício das pessoas para desempenharem tarefas. No caso do empreendedor, ele busca manter sempre a satisfação dos clientes e desempenhar as tarefas da melhor maneira possível, exige que os funcionários se doem ao máximo à empresa e, se por algum motivo eles não terminarem a tarefa, ele mesmo a faz. Na sequência, aparecem flexibilidade, boa comunicação e iniciativa. Com apenas 4%, persuasão foi o item que obteve menos indicação, por acharem que essa característica não seja tão essencial quanto às demais.

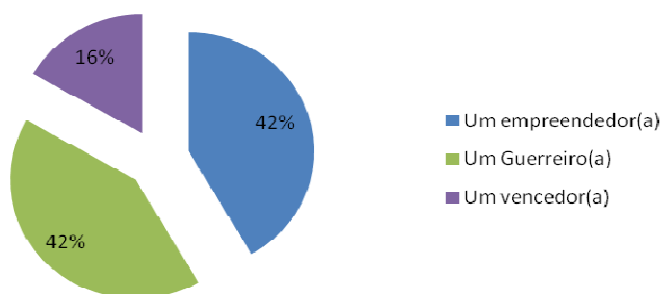


Figura 9 - Visão dos familiares e amigos  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

A Figura 9 foi inserida propositalmente no questionário para análise da visão que os familiares e amigos possuem dos gestores pesquisados. Os resultados obtidos foram bastante significativos, já que 42% dos entrevistados acreditam que as pessoas a sua volta, acreditam que eles são pessoas guerreiras, ou seja, que lutam bravamente, com bastante força e persistência para alcançar um objetivo. Outros 42% acreditam que as pessoas os consideram

um empreendedor, já que esses gestores sempre buscam ideias e oportunidades inovadoras para os seus negócios, não têm medo de arriscar e se dedicam intensamente aos objetivos propostos. Por fim, apenas 16% responderam que acreditam que seus familiares os consideram um vencedor, aquele sujeito que simplesmente alcança uma vitória.

## 5 Considerações Finais

Ao longo do trabalho foi possível verificar a visão de vários autores sobre o tema empreendedor. As principais definições acerca de empreendedorismo bem como as principais características apontadas pela literatura especializada. Essa revisão contribuiu para a análise do perfil empreendedor dos gestores de joalheria de Vitória da Conquista.

O presente estudo revelou que os gestores iniciaram suas empresas motivados pela realização pessoal e independência financeira e, finalmente, a maioria dos gestores trabalha no ramo de jóias há mais de 10 anos. Os resultados obtidos demonstraram que os gestores possuem características empreendedoras relevantes, necessárias para o desenvolvimento de suas atividades gerenciais. O comportamento dos empresários e empresárias se revelou bastante criativo, com grande capacidade de inovação, habilidade de relacionamento e facilidade de comunicação.

A pesquisa ainda revelou o alto grau de comprometimento dos empreendedores com as empresas. Eles se demonstram flexíveis e com bastante iniciativa frente aos negócios. Ademais, o estudo revelou receio de grande parte dos gestores em correr riscos, mesmo que moderados. Os resultados da pesquisa ainda comprovaram que os proprietários demonstram possuir características práticas de um empreendedor. Os gestores devem buscar qualificação profissional, para atender às exigências do mercado.

É relevante enfatizar que este tipo de pesquisa contribui para ampliar o conhecimento sobre o tema, enriquecendo a ciência do empreendedorismo e ainda fornece dados para ser utilizado em pesquisas futuras.

## Referências Bibliográficas

ALVES, R. C. O. L. et al. **Perfil empreendedor:** Um estudo exploratório sobre as características pessoais de micro e pequenos empresários do setor moveleiro de Vitória da Conquista. In. ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 6, 2010, Recife. **Anais...**Recife: EGEPE, 2010. 1 CD-ROM.

- BYGRAVE, W. D. The entrepreneurial Process. In: BYGRAVE, W.D; ZACHARAKIS, A. (edt.). **The Portable MBA in Entrepreneurship**. New Jersey: John Wiley & Sons, 2004. p. 1-28.
- CHÉR, R. **Empreendedorismo na Veia**: Um aprendizado constante. Rio de Janeiro: Elsevier: SEBRAE, 2008.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.
- DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, P. F. Empreendimento sistemático. In:\_\_\_\_\_. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Cengage Learning, 1986. p. 20-39.
- FILION, L. J. Empreender: um sistema ecológico de vida. In: FILION, L. J; DOLABELA, F. et al. **Boa Idéia! E agora?** São Paulo:Cultura Editores Associados, 2000. p. 17-29.
- \_\_\_\_\_.Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP**, São Paulo, v.34, n.2, p.05-28, abr./jun. 1999.
- \_\_\_\_\_.Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. **RAE**, São Paulo, v.33, n.6, p. 50-61, nov/dez.1993.
- GIL, A. C. (1991). **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- GOMES, A. F. **Mulheres empreendedoras**. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2006.
- ISATTO, E. L.; FORMOSO, C. T. As relações de parceria entre empresas e fornecedores e a qualidade total: relevância e viabilidade. In: ENCONTRO NACIONAL EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 17. , Porto Alegre, 1997. **Anais...** Disponível em: <http://www.ntcelogistica.org.br/arquivos/qualidade/relparcerias.pdf> >. Acesso em: 04 nov. 2010.
- LAKATOS, E. V.; MARCONI, M.A. Fatos, leis e Teorias. **Metodologia Científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000. p. 99-133.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1989. cap.1.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982. (Coleção Os Economistas). cap.1-2.
- YIN, R. K. **Estudo de Caso**: Planejamento e métodos. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. Cap.1.
- 102 CONQUISTA. **Busca telefônica de empresas, produtos e serviços**. Disponível em: <<http://www.102conquista.com.br>>. Acesso em 08 set. 2010.