

Os Desafios do Empreendedor Contemporâneo: Estudo de Caso em uma Pizzaria

Fabício Batista fabricibatistalds@gmail.com UNIOPET
Ingrid Gomes Ribas Batista ingrid.gr.gr@gmail.com UNIOPET

RESUMO

Esta pesquisa serve de instrumento de apoio àqueles que sentem desejo de empreender mas não conhecem as principais dificuldades que encontrarão. Para obter os resultados realizou-se uma pesquisa de campo em uma pizzaria. A pesquisa tem abordagem qualitativa, com objetivo de desenvolver significado, buscando compreender com uma visão ampla o assunto abordado. O objeto de estudo foi uma pizzaria do interior do estado do Paraná, com procedimento assistemático, fazendo-se uso da técnica estudo de caso, que visa analisar algum fenômeno social do mundo real. Tratou-se dos dados por meio de uma entrevista com perguntas fechadas, ou seja, pré estabelecidas. Por meio deste estudo foi possível verificar os desafios iniciais de um caso de jovem empreendedor, de que forma ele conseguiu superá-los e alcançar estabilidade e consolidação no mercado. Apresentou-se algumas táticas utilizadas pelo dono do empreendimento e como elas o ajudaram a alcançar os objetivos do negócio. Conclui-se que a atitude do empreendedor caracteriza a personalidade de sua empresa, a postura frente aos desafios e a persistência, somada com a qualidade do produto e do atendimento ditam como será o presente e futuro dela.

PALAVRAS CHAVES

Empreendedorismo. Desafios. Táticas. Sucesso.

1 INTRODUÇÃO

Desde os tempos antigos o termo Empreendedorismo (derivado da palavra *entrepreneur*) é usado para definir pessoas que se arriscam de alguma forma. Muitos estudantes do curso de Engenharia de Produção sentem-se inspirados a montar seu próprio negócio, mas sabe-se que para tal é preciso planejar com cuidado e analisar com calma os riscos para não acabar como milhares de empresas que fecham as portas nos seus primeiros anos de vida. Durante o curso existem várias disciplinas que ensinam como organizar o planejamento e obter sucesso nas estratégias administrativas, seja em um negócio próprio, como empregado de uma empresa, e até gerindo uma linha de produção complexa.

O comportamento do empreendedor demonstra um tipo de pessoa que se dispõe a por sua carreira e segurança pessoal em risco e assumir desafios à favor de uma ideia, dedicando muito tempo e dinheiro em um investimento futuro e incerto (CHIAVENATO, 2012).

A pesquisa trata de um estudo de caso em uma pizzeria que desde a sua criação, chama atenção pela solidez no mercado. O motivo da escolha se deve a história da criação da mesma, saindo da ideia inicial e a vontade de abrir um negócio próprio até o sucesso como empreendedores. Realizou-se um embasamento teórico por meio de pesquisas em livros com renomadas pesquisas científicas acerca do tema e também em alguns sites de busca acadêmica onde e se encontram todas as informações necessárias para elaborar o texto.

O objetivo é saber quais foram as principais dificuldades do empreendedor para abrir a empresa, mantê-la no mercado e planejar o futuro. Quais métodos empregou para alcançar esses objetivos, e como pretende continuar atuante no mercado. Com isso espera-se determinar ideias e incentivos para que os próximos empreendedores tenham como basear-se para tomar as decisões. Assim, justifica-se o tema da pesquisa, visando identificar os motivos pelo qual uma empresa se consolida no mercado tão competitivo.

2 CONCEITO DE EMPREENDEDOR

O empreendedor é uma figura heróica no mundo dos negócios. Por meio deles muitos empregos são gerados, inovações são feitas e inúmeras oportunidades surgem, alavancando o crescimento regional e nacional. Não são só produtores de mercadorias, são energia pura, assumindo riscos em meio às dificuldades e mudanças no mercado. Diariamente pessoas assim fazem surgir novos negócios, o que aquece a economia e por fim influenciam diretamente no desenvolvimento das nações (CHIAVENATO, 2012).

Empreendedorismo para Hisrich e Peters (2004, p. 29) é:

O processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Segundo Chiavenato (2012) o empreendedor é dotado de sensibilidade. Ele enxerga os problemas da sociedade com intuito de resolvê-los com ideias inovadoras e dessa maneira traz benefícios tanto as si mesmo quanto àqueles que estão a sua volta. Hisrich e Peters (2004), define empreendedor dentro de uma perspectiva empresarial, administrativa e pessoal. Na maior parte do tempo há um consenso de que o comportamento empreendedor inclui: Tomar

iniciativa; Organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático; Aceitar o risco ou o fracasso.

O empreendedorismo tem se destacado como uma ferramenta de prosperidade econômica para as nações gerando trabalho e renda, encontrando espaço nos principais fatores da política atualmente, incluindo governos universidades, indústrias, pesquisadores e diversas instituições da sociedade civil. Embora, apenas no fim dos anos 1980, o assunto ganha notoriedade como um campo legítimo de pesquisa acadêmica (SANTOS e PELLIN, 2008).

Pode-se, assim, tomar o conceito do GEM – Global Entrepreneurship Monitor, que compreende o empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas” (SANTOS e PELLIN, 2008).

O interessante dessa definição é que ela incorpora todos os sentidos do empreendedorismo, não somente a abertura de uma empresa com fins lucrativos, mas também de um indivíduo com espírito empreendedor dentro de qualquer área, que faz a diferença, se reinventando, criando novos conceitos, superando dificuldades e desafios e inovando com a principal característica de um empreendedor, a coragem.

3 CARACTERÍSTICAS DE UM EMPREENDEDOR DE SUCESSO

Segundo Longen (1997), pesquisou-se com empreendedores da França, Canadá, Japão e USA, buscando compreender como eles definiam as habilidades úteis para se alcançar sucesso, sendo elas, identificar novas oportunidades; avaliar oportunidades e pensamento crítico; persuasão; negociação; comunicação interpessoal; escutar e adquirir informação; resolução de problemas.

Em geral, o empreendedorismo surge, nos casos de sucesso, contrário às demais formas de organização, O empreendedor deseja livrar-se da subordinação, do cargo assalariado e tende a considerar isso um trabalho “opressor” da criatividade e autonomia. O empreendedorismo é a favor da liberdade do indivíduo portanto, também vai contra a rotina e a burocracia, trazendo a mudança a partir do próprio indivíduo (LEITE e MELO, 2008).

O sucesso no empreendimento surge de uma gama de eventos, que nem sempre se notam. São, desta forma, vindos de oportunidades resultantes de mudanças tecnológicas e condições políticas, sociais e demográficas gerando a possibilidade de se criar algo novo (BARON e SHANE, 2007).

O próximo passo é explorar essas oportunidades, criando, inovando e transformando os objetivos em realidade por meio de uma mescla de ações e decisões que proporcionam a capacidade prática do empreendedor. A principal habilidade de um empreendedor sem dúvida é a inteligência, por meio dela se regem todos os passos até alcançar-se o sucesso. Essa inteligência surge a partir de três aspectos: a formação de novas ideias, a criatividade e capacidade de reconhecer oportunidades (RUPPENTHAL e CIMADON, 2012).

Sendo assim pode-se concluir que, apesar de não existir uma receita para o sucesso de um negócio, existem características comuns em empreendimentos de sucesso.

4 METODOLOGIA

Para Fonseca (2002), *metodos* significa organização, e *logos*, estudo sistemático, pesquisa, investigação; assim sendo metodologia é a maneira, ou meio pelo qual se alcançará os objetivos da pesquisa a ser realizada.

O tipo de pesquisa feito neste artigo foi o de pesquisa exploratória/empírica, que tem por objetivo conceber uma investigação a respeito de um determinado fato, com isso chega-se a um resultado, obtido através da pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, estudo de caso, pesquisa-ação ou da pesquisa-participante (PEDRON, 2001).

O método de abordagem utilizado nesta pesquisa é a abordagem qualitativa, que visa encontrar a relação causa-efeito de um acontecimento. Ela permite evidenciar a complexidade de um problema ou uma hipótese, analisa como reagem determinadas variáveis, permite entender mudanças sofridas no cotidiano social e quando aprofunda-se é capaz de interpretar atitudes e comportamentos dos indivíduos (PEDRON, 2001).

O método de procedimento utilizado será o estudo de caso, que tem como objetivo entender questões que existem em todos os campos do conhecimento humano envolvendo o mundo por completo (OLIVEIRA, 2004).

Ele é utilizado quando o pesquisador controla uma parcela dos fatos que acontecem em um local contemporâneo da vida real. O estudo de caso deve ser utilizado quando há o desejo de se compreender um acontecimento social complexo que transforma o cotidiano de alguma forma (YIN, 1994).

O objeto de estudo foi uma pizzaria do interior do estado do Paraná, com procedimento assistemático. Tratando dos dados por meio de uma pesquisa com perguntas fechadas, ou seja, pré estabelecidas.

A entrevista foi dividida em três partes: passado, presente e futuro da pizzaria, procurando expor a história da pizzaria, como ela se manteve no mercado e qual a perspectiva para o futuro.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados obtidos com a entrevista estão apresentados a seguir, apresentando as principais dificuldades e na sequência as táticas utilizadas pelo empreendedor para manter-se ativo no mercado nos dias atuais.

5.1 COMO SURTIU A PIZZARIA

A pizzaria encontra-se na cidade de Guarapuava no interior do Paraná, onde seu principal objetivo no princípio foi a entrega de pizza por delivery e balcão.

No começo contava apenas com uma sala pequena para realizar suas entregas e vendas. Hoje, já possuem um espaço maior, onde seus clientes podem sentar-se para saborear as deliciosas pizzas. No entanto não contam com garçons e não trabalham com serviço de rodízio. Atualmente a pizzaria trabalha com 6 funcionários fixos e mais alguns temporários em dias de pico.

Como muitos outros empreendedores o entrevistado em questão enxergou na necessidade de conseguir uma renda extra a possibilidade de montar seu próprio negócio corrigindo as falhas que ele visualizava em seu ambiente de trabalho e como funcionário não tinha espaço para aprimorar e aperfeiçoar o método de produção com suas ideias.

Dessa forma pode-se dizer que o empresário entrevistado é um empreendedor por oportunidade. Segundo Greco et al. (2018) o empreendedor por oportunidade pode ter mais persistência e segurança no que faz ou irá fazer comparado ao empreendedor por necessidade

5.2 MONTANDO O NEGÓCIO

O dono da pizzeria começou o negócio com um sócio que tinha habilidade técnica, não havendo retorno de imediato o sócio desfez a parceria. Porém ele não desistiu e buscou a mão de obra capacitada e também capacitar-se para produzir seu produto com qualidade.

Uma das primeiras e principais dificuldades encontradas no começo do empreendimento foi o investimento inicial, segundo o entrevistado quando iniciou teve que ter um emprego paralelo para poder manter os primeiros meses de funcionamento, “era como se tivesse que pagar para poder trabalhar.” Como muitas empresas no Brasil esse é um dos principais fatores que fazem um negócio ruir, a falta de investimento nos primeiros anos é determinante para o sucesso. Outro grande desafio explanado foi a falta de mão de obra, um fator que influenciou muito para que o próprio empresário especializa-se e aprendesse o processo para ter mais controle do seu negócio.

Um levantamento feito pelo Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE), mostrou que cinquenta por cento das empresas criadas no Brasil encerram suas atividades nos primeiros dois anos. (JÚNIOR e JÚNIOR, 2006).

O Estado também tem um papel importante na criação da empresa, ele determina as leis que regem como deve ser todos os procedimentos jurídicos, ou seja, o governo incrementa a burocracia, que muitas vezes é um empecilho para o empreendedor. A inflação e impostos também foram assuntos abordados na entrevista, fatores que influenciam diretamente nos lucros, o preço dos ingredientes variam muito, porém para manter-se no mercado não se pode aumentar o preço do produto todo dia, a instabilidade afasta muitos clientes.

5.3 COMO MANTER-SE NO MERCADO

Em contrapartida, é possível identificar algumas estratégias utilizadas pelo dono que fazem com que a pizzeria tenha sucesso. Por mais que não tenha cursado uma graduação o que é bem comum em pequenos empreendedores, o planejamento foi algo importante para realizar os objetivos, não foram usadas técnicas avançadas de estratégia mas precisou-se tomar conhecimento de alguns aspectos, principalmente para tomada de decisões financeiras. Buscou-se ajuda em livros e com contadores, assim foi possível estabelecer a empresa e aproveitar melhor os lucros.

Algo extremamente necessário no início da empresa segundo o entrevistado foi a divulgação por meio de marketing, uma boa publicidade atrai os clientes. Claro que um preço justo sempre foi seu foco, mas não o principal. Ele cita que o maior investimento feito é na qualidade do produto, mesmo não utilizando um padrão pré-estabelecido o dono da pizzeria procura comprar os ingredientes com padrões elevados para satisfazer o paladar de seus clientes. Isso é uma preocupação constante, juntamente com o feedback que os próprios clientes dão a respeito do produto.

Uma das últimas estratégias que o dono da pizzeria adquiriu foi um aplicativo de pedidos, que facilita e agiliza o processo de atendimento e dá comodidade ao cliente. Uma ferramenta facilitadora que juntada aos softwares para controle dos procedimentos financeiros, dá mais

praticidade ao negócio. Este aplicativo também permite enviar uma pesquisa de satisfação para o cliente ao final da fabricação da pizza, assim pode-se utilizar essa ferramenta para aumentar ainda mais a qualidade oferecida.

6 CONCLUSÃO

O comportamento do empreendedor é importantíssimo para o desenvolvimento do negócio, muitas vezes até confunde-se as atitudes da empresa com a personalidade do dono.

Assim, pode-se observar que no estudo em questão o comprometimento do dono com seu objetivo, e sua percepção das falhas nos outros ambientes que o antecederam, proporcionaram-lhe as ferramentas necessárias para tomar atitudes que o fizeram desenvolver o empreendimento, focando na qualidade do produto, e em atender os clientes de forma com que pudesse ser notado, e assim permanecer firme em meio ao mercado tão competitivo.

REFERÊNCIAS

AYRES, Michelle de Oliveira. Estratégias Administrativas: Um Estudo de Caso na Pizzaria Dom Bosco. **FACULDADES DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA**, Brasília - DF, ./jun. 2007. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/852/2/20300608.pdf>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

BARON, Robert A.; SHANE. Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. 2ª edição ed. São Paulo-SP: Saraiva, 2012.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. 480 p.

JÚNIOR, Cláudio José Carvajal; JÚNIOR, Luiz Teruo Kawamoto. Empreendedorismo: uma análise dos fatores a serem considerados no desenvolvimento de novos negócios. **Remipe**, Osasco, v. 3, n. 1, jan. 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.21574/remipe.v3i1,%20jan-jun.58>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

LEITE, Elaine da Silveira. MELO, Natalia Máximo. **Uma nova noção de empresário**: a naturalização do “empreendedor”. *Revista de Sociologia e Política*. V. 16, n. 31, p. 35-47, novembro/2008.

LONGEN, Marcia Terezinha. Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor. **Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina**, Florianópolis, 199. undefined. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/158146>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

OLIVEIRA, Silvio Luiz. **Tratado de Metodologia Científica**: Projetos de Pesquisas, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses. São Paulo: Pioneira, 2004.

PASSOS, C. A. K. et al. **Empreendedorismo no Brasil**. 1 ed. Curitiba - PR: IBPQ, 2008.

PEDRON, Ademar João. **Metodologia Científica**: Auxiliar do Estudo, da Leitura e da Pesquisa. Brasília: Edição do Autor/ Gráfica Redentorista, 2001.

RUPPENTHAL, Janis Elisa; CIMADON, José Eduardo. O processo empreendedor em empresas criadas por necessidade. **Gestão e Produção**, São Carlos, v. 19, n. 1, nov./201. undefined. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-530X2012000100010>>. Acesso em: 28 nov. 2018

SANTOS, Adriana De Paula Lacerda; PELLIN, Carolina De Mattos. O Empreendedorismo no Curso De Engenharia de Produção. **XXVIII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, out. 2008. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2008_tn_sto_078_544_11565.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2018.

YIN, Robert. K. **Case Study Research**: Design and Methods. 2 ed. Newbury Park, California: Sage, 1994.

APÊNDICE

Apêndice 1 – Pesquisa aberta

ENTREVISTA ABERTA
<u>Passado:</u> <ol style="list-style-type: none">1. Como surgiu a ideia de abrir o negócio?2. Quem teve a ideia?3. Quais foram os maiores desafios iniciais?4. De que forma ocorreu o planejamento?
<u>Presente:</u> <ol style="list-style-type: none">1. Quais são as maiores dificuldades para manter-se no mercado?2. De que forma a concorrência influencia no seu negócio?3. Como a carga tributária impacta em seus lucros?4. Quais estratégias são usadas para manter o negócio?
<u>Futuro:</u> <ol style="list-style-type: none">1. Quais são seus objetivos a curto, e a longo prazo?2. Você já pensou em abrir uma filial? Porquê?3. Você pretende manter o espaço físico desta forma ou ampliá-lo?