

Comportamento empreendedor: uma análise de influências motivacionais em empreendedores do setor farmacêutico no município de Rondon do Pará.

Entrepreneurial behavior: an analysis of motivational influences in entrepreneurs in the pharmaceutical sector in the municipality of Rondon do Pará.

Recebido: 21/01/2021 – Aprovado: 16/10/2021 – Publicado: 1/9/2021
Processo de Avaliação: Double Blind Review

Cleidiane Pedroso Paiva

10cleide.com@gmail.com

UNIFESSPA

<https://orcid.org/0000-0002-6746-143X>

Rogério Ruas Machado

rogerruas@hotmail.com

UNIFESSPA

<https://orcid.org/0000-0001-9760-6663>

Sergio Ricardo Siani

sergiosiani@unifesspa.edu.br

UNIFESSPA

<https://orcid.org/0000-0002-2182-8873>

Gustavo Passos Fortes

gustavo.fortes@unifesspa.edu.br

UNIFESSPA

<https://orcid.org/0000-0002-1441-3215>

Carlos Cesar Santos

cordcesar@unifesspa.edu.br

UNIFESSPA

<https://orcid.org/0000-0003-3666-3896>

RESUMO

O empreendedorismo destaca-se como um fenômeno de consequências econômicas e sociais representado na figura do empreendedor, sendo importante compreender e determinar os fatores que podem direcionar e induzir o comportamento das pessoas para a ação empreendedora. Diante disso, o presente estudo tem como objetivo identificar os fatores

motivacionais que influenciaram os empreendedores a abrirem suas empresas no setor farmacêutico em Rondon do Pará. A pesquisa com abordagem qualitativa, de caráter exploratório, utilizou-se de estudo de múltiplos casos, e a coleta dos dados foram realizadas por meio de entrevistas semiestruturadas com cinco empreendedores do setor farmacêutico do município. Os resultados obtidos classificaram a intenção empreendedora a partir das necessidades pessoais, que movimentam o comportamento para a ação em empreender, atrelado às características encontradas nos empreendedores como iniciativa, inovação, persistência e a capacidade de assumir riscos, sob influência de elementos sociais e econômicos. Observou-se que a partir da junção desses elementos os empreendedores se sentiram confiantes para abrirem suas empresas.

Palavras-chave: Comportamento empreendedor, processo empreendedor, empreendedorismo, empreendedor.

ABSTRACT

Entrepreneurship stands out as a phenomenon of economic and social consequences represented in the figure of the entrepreneur, and it is important to understand and determine the factors that can direct and induce people's behavior towards entrepreneurial action. In view of this, the present study aims to identify the motivational factors that influenced entrepreneurs to open their companies in the pharmaceutical sector in Rondon do Pará. The research with a qualitative approach, of an exploratory character, used the study of multiple cases, and the Data collection was carried out through semi-structured interviews with five entrepreneurs from the municipality's pharmaceutical sector. The results obtained classified the entrepreneurial intention based on personal needs, which move behavior towards action in undertaking, linked to the characteristics found in entrepreneurs such as initiative, innovation, persistence and the ability to take risks, under the influence of social and economic elements. It was observed that from the combination of these elements, entrepreneurs felt confident to open their companies.

Keywords: Entrepreneurial behavior, entrepreneurial process, entrepreneurship, entrepreneur.

1. INTRODUÇÃO

A tecnologia da informação traz novos recursos e técnicas, que favorece setores da economia, tendo como principal ferramenta a internet que possibilita a inclusão digital, e influencia o processo de mudança comportamental das pessoas, surgindo novas necessidades e desejos a serem supridos continuamente. A busca de novos desafios com criação e gerenciamento de novas oportunidades de negócios torna o empreendedorismo um fenômeno cada vez mais em ascensão na atualidade (GEM, 2018).

Neste sentido, o empreendedorismo assume relevância no contexto econômico e social, geralmente situado na concepção de ideias transformadas em pequenos negócios. O grau de empreendedorismo empregado em uma determinada região pode transformar a realidade existente (FILION, 1999).

De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM,2018), o Brasil destaca-se entre os 11 países impulsionadores ao empreendedorismo classificados como “média renda” e no ano de 2018, cerca de 38% dos brasileiros praticaram o empreendedorismo, um total de 51,9 milhões de pessoas.

O setor comércio varejista farmacêutico apresenta relevância para a economia e desenvolvimento econômico e social. Estima-se que no ano de 2019 o setor farmacêutico movimente um crescimento de 10% ficando acima do PIB nacional, a atividade farmacêutica é a que mais vem se desenvolvendo no país ficando atrás apenas do setor de eletrodomésticos. Com isso fica evidente contribuições do segmento no desenvolvimento e crescimento do empreendedorismo no Brasil (SEBRAE, 2018).

Os empreendedores são agentes de transformação rompendo barreiras culturais, econômicas, introduzindo inovações, gerando riquezas e criando novas relações de trabalho. Portanto, o empreendedor é quem conduz toda a ação empreendedora um agente idealizador e impulsionador dos novos negócios (DORNELAS, 2017).

O empreendedorismo visto como um processo, expõem diferentes fatores que contribuem em todo seu desenvolvimento, sejam eles pessoais, econômicos e sociais, logo, a importância de elucidar todos os aspectos envolvidos como características de cada empreendedor, eles podem possuir características singulares que se associam a compreensão do empreendedorismo (SHANE; VENKATARAMAN, 2000; GREATTIE; PREVIDELI,2005).

O processo cognitivo envolve as pessoas e suas escolhas em direção ao

empreendedorismo, seus recursos pessoais, características de personalidade, e motivação refletem no desempenho ao empreender, dentre elas a motivação que segundo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2018), torna-se extremamente influenciadora no processo empreendedor, de modo que, conduz as pessoas a criarem um novo negócio e torna-se um agente condutor de perspectiva de futuro para prosseguir com o negócio.

Compreender o empreendedor de um ponto de vista comportamental, suas características, e motivação, facilita a captar os reais motivos que levam uma pessoa a abrir um negócio, visto que todos os elementos pessoais contribuem diretamente na tomada de decisão em empreender.

Com base no exposto o objetivo dessa pesquisa foi identificar aspectos do comportamento empreendedor que influenciam no processo de criação de MPE's do setor farmacêutico em Rondon do Pará.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A sustentação teórica do presente trabalho está dividida em duas categorias: Empreendedorismo e empreendedor (2.1) e Micro e pequenas empresas e suas especificidades (2.2).

2.1. Empreendedorismo e empreendedor

No contexto literário há muitas variações acerca do termo empreendedorismo, suas definições conceituais, origem e aplicabilidade variam de acordo com a linha de pesquisa de cada autor (FILION, 1999).

Dornelas (2017), define empreendedorismo como o conjunto de atividades que envolve pessoas e processos com a finalidade de transformar oportunidades em novos negócios. O termo empreendedorismo trata-se de uma definição moderna da palavra *entrepreneurship*, utilizada para descrever a ação empreendedora, com foco não necessariamente na atividade em si, mas na figura do empreendedor sua origem, perfil,

personalidade, e todo ambiente que atua, um agente condutor no processo de criação e gerenciamento de seus empreendimentos (DOLABELA, 1999; SHANE, 2007).

Portanto, pode-se definir de forma simplificada empreendedorismo como o processo dinâmico de criação de ideias, e transformação em oportunidades com inovação e criatividade, assumindo riscos, transformando o ambiente socioeconômico existente (DORNELAS, 2017).

No contexto do GEM (2018), o empreendedor é aquele que se esforça para criar um novo empreendimento, ou mesmo amplia negócios já em funcionamento, e colocam em prática suas ideias e inovações de forma que suas características e perspectivas pessoais também estejam inseridas em todo processo de criação do empreendimento executado por ele.

Os efeitos do empreendedorismo relacionados a iniciativa empresarial do empreendedor apresenta pluralidades de raízes científicas. O universo empreendedor visto pelo campo econômico caracteriza o empreendedorismo como um elemento propulsor ao desenvolvimento. Abordagens dos economistas inicialmente como na obra de Richard Cantillon (1680-1734) economista do século XVIII, caracterizava os empreendedores ao risco e incerteza lidando com situações desconhecidas e tendo melhor aproveitamento de seu trabalho (FILION, 1999; LANDSTRÖN; LOHRKE, 2010).

De acordo com Schumpeter (1988), o papel transformador do empreendedor consiste na iniciativa de criar, inovar, e introduzir novos paradigmas ao mercado, é o empreendedor quem inicia o desenvolvimento e a mudança econômica existente, uma “destruição criativa” gerando novas oportunidades.

Na percepção dos economistas, os empreendedores são pessoas inovadoras que assumem riscos e mantêm-se estável diante das incertezas de mercado. Ainda assim, caracterizam o empreendedorismo como um fenômeno influenciador econômico, no entanto, não o insere como membro da economia, centralizam o empreendedorismo como fator econômico apenas com mensurações quantificáveis, desconsiderando fatores comportamentais, e culturais de cada indivíduo (DRUCKER, 2001). Para Filion (1999), esse foi um dos principais motivos que despertaram o interesse de estudo na percepção comportamentalista para uma melhor compreensão do sujeito empreendedor.

Em meados do século XX o empreendedorismo passou a ser um campo de interesse de cientistas sociais, na medida que, procuravam entender os atributos humanos e

psicológicos do empreendedorismo como um indivíduo, tendo como análise central características pessoais como: intuição, motivação e traços de personalidade (FRANCO; GOVEA, 2016).

Considerado um fator importante para iniciação de novos negócios o comportamento empreendedor necessita ser analisado sob diferentes aspectos, para tentar elucidar questionamentos acerca do fenômeno empreendedorismo (BARON E SHANE, 2007).

No entendimento de McClelland (1972), o comportamento empreendedor pode ser analisado a partir de seus traços de personalidade, no entanto, para Drucker (1987), o empreendedorismo pode ser considerado um estilo de atitude comportamental, e não como conjunto de características de personalidade. Deste modo, as variáveis culturais e demográfica tem um papel influenciador nesse processo, de modo que, aspectos relacionados ao período e lugar são fatores determinantes na atuação empreendedora e expansão do empreendedorismo (FILION, 1999).

Neste sentido, para Dolabela (2008), o empreendedor possui a capacidade de receber influências do ambiente em que está inserido, bem como, exerce competências influenciadoras, visto que, o comportamento empreendedor de uma pessoa pode ser visto como aspecto positivo de motivação para estimular o empreendedorismo em outras pessoas.

Baron e Shane (2007), define o conhecimento como elemento determinante para justificar a criação de novos negócios. Atitudes específicas do comportamento empreendedor como identificação de oportunidades e aquisição de experiências são aspectos cognitivos influenciadores no processo de lançamento e operação do empreendimento.

Ainda, segundo Robbins (2010), Maslow desenvolveu cinco níveis de necessidades dispostas em uma hierarquia obedecendo uma ordem de importância gradativa partindo de um nível mais baixo para outro mais elevado. A ordem parte da base com necessidades relacionadas à sobrevivência humana (fisiológicas e de segurança), satisfeitas por meios do ambiente externos, que após serem supridas surgem as necessidades de nível superior (estima, vida social e auto realização) sendo estas saciadas internamente.

De acordo com a teoria de Maslow, as pessoas progredem de forma contínua ao decorrer de suas necessidades. Portanto, sua satisfação é determinada a partir de uma sequência lógica de suas necessidades, logo, uma vez satisfeita direciona o seu comportamento para realização de outras necessidades, ou seja a capacidade de satisfação gera motivação para sua realização (MAXIMIANO, 2012).

Para Robbins (2010), a teoria da expectativa definida por Victor Vroom (1964), supõe que a força motriz da motivação de cada indivíduo é determinada a partir da força da expectativa que os resultados exercem sobre ele, apresentando uma abordagem amplamente compreensível e útil sobre a motivação humana.

A teoria da expectativa de Vroom para Vergara (2014), refere-se que o ser humano se sente motivado a realizar qualquer ação quando seu desempenho resultará em recompensa que atenderia a suas metas pessoais. O foco dessa teoria seria a percepção dos indivíduos partindo da expectativa dos resultados obtidos por consequência das suas ações motivadoras, sendo a motivação um processo contingencial que determina opções de comportamento para alcançar um determinado objetivo.

2.2. Micro e pequenas empresas e suas especificidades

O papel das micro e pequenas empresas representam grande importância econômica e social em todo mundo. No Brasil geram empregos e renda, sendo considerada a força motriz da economia do país (VIAPIANA, 2001).

A expansão das PMEs se deve ao espírito empreendedor da população identificando novas oportunidades para obter renda (EVERTON, 2017).

Mazzarol e Reboud (2020b) entendem que o que realmente define uma pequena empresa são as seguintes características, que nelas tem maior ênfase: a) Geralmente o proprietário age sozinho, b) trabalha com recursos limitados; c) tem altos níveis de incerteza; d) altos níveis de dependência externa; e) o proprietário assume a responsabilidade sozinho; f) está mais próximo do cliente; g) gerencia uma ampla gama de tarefas; h) tem maior escopo de atividades individualmente; i) maior responsabilidade individual; j) maior facilidade de mudança e flexibilidade; k) gerencia uma grande rede de parceiros, como fornecedores, clientes, contadores, advogados, bancos; l) tem maior relação com a cultura em vez de sistemas; m) tem uma consciência estratégica mas com pouca formalidade.

Leone (1999) também discute essas especificidades. E agrupa sob três perspectivas: Especificidades organizacionais - Pobreza de recursos; Gestão centralizadora; Situação extra organizacional incontrolável; Fraca maturidade organizacional; Fraqueza das partes no mercado; Estrutura simples e leve; Ausência de um planejamento formal de trabalho; Fraca especialização; Estratégia intuitiva e pouco formalizada; Especificidades decisórias - Tomada de decisão intuitiva; Horizonte temporal de curto prazo; Inexistência de dados

quantitativos; Alto grau de autonomia decisória, Racionalidade econômica política e familiar; e Especificidades individuais - Onipotência do proprietário-dirigente; identidade entre pessoa física e jurídica; Dependência perante certos funcionários; Influência pessoal do proprietário-dirigente; Simbiose entre patrimônio social e pessoal; propriedade dos capitais; Propensão a riscos calculados.

A tarefa de definir as micro e pequenas empresas tem sido ao longo dos anos um exercício complexo e controverso para muitos estudiosos. Leone e Leone (2012), explicam que essas dificuldades baseiam-se na heterogeneidade quanto a classificação dessas empresas, que variam de um país para o outro, e até mesmo dentro de um único país possa existir diversas definições.

]

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Tendo como ponto de partida o objetivo de identificar aspectos do comportamento empreendedor que influenciam no processo de criação de MPE's do setor farmacêutico em Rondon do Pará proposto, foi realizada uma pesquisa com abordagem qualitativa, com objetivos de caráter exploratório.

Para Gil (1987, p. 44) as pesquisas exploratórias tem “como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias” e completa “Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudo de caso”.

Portanto, como fontes de evidências para esse estudo foram utilizadas entrevistas semiestruturadas e pesquisa documental secundária. De acordo com Gil (2009), a entrevista semiestruturada é conduzida por uma relação de pontos explorados ao longo do curso da entrevista. O pesquisador conta com uma lista de questões previamente estabelecidas para serem abordadas, e podem ser modificadas ao longo da entrevista a depender do contexto; possibilitando outras constatações além das previstas (SAUNDERS; LEWIS; THORNHILL, 2009).

Para construção de questões relacionadas as características empreendedoras no roteiro das entrevistas, utilizou-se como base o questionário proposto por McClelland (1972), devido à grande relevância de seus estudos sobre o comportamento empreendedor, utilizado até os dias atuais para identificar as principais características dos empreendedores de

sucesso.

Para pesquisa documental utilizou-se dados de relatório de cadastro econômico cedido pela Prefeitura Municipal de Rondon do Pará, com dados relevantes para a escolha das unidades de análise desse estudo.

De acordo com Gil (2009), a unidade de caso representa o contexto em que o indivíduo está inserido, pode ser descrito como grupos sociais, família, uma comunidade ou até mesmo uma nação. Quanto a determinação do número de casos o autor enfatiza que não pode ser feita de imediato. A quantidade de casos será determinada conforme forem atingidos os objetivos denominado por ele “saturação teórica”.

Segundo Eisenhardt (1989), sugere um número entre quatro a dez casos, pois menos de quatro pode ser insuficiente para que se gere uma teoria, pois o contexto de análise pode ser incoerente e com mais de dez casos torna-se mais difícil lidar com a complexa quantidade de informações.

Portanto, as unidades caso de análise, foram empreendedores do setor farmacêutico de Rondon do Pará, e realizada entrevistas com cinco gestores, e duração em média de 50 minutos cada, as entrevistas foram direcionadas com base em um roteiro previamente elaborado a partir dos objetivos propostos e da literatura existente. As entrevistas foram gravadas, transcritas e classificadas conforme seus elementos de análise. Os entrevistados foram identificados por letras, ou seja, empreendedor A, empreendedor B, e assim consecutivamente.

A seleção dos casos, foi baseada no método de conveniência em que, baseia-se em selecionar uma amostra da população que seja acessível ao pesquisador (UCHOA, 2015). Tal escolha se deu pelo fato de acessibilidade e concordância dos empreendedores do segmento farmacêutico em contribuir com suas informações a este estudo.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A presente pesquisa identificou três categorias de análise: Fatores motivadores que antecedem a criação do negócio (4.1), Características do comportamento empreendedor (4.2), e As necessidades e expectativas dos empreendedores ao abrirem suas empresas (4.3).

4.1. Fatores motivadores que antecedem a criação do negócio.

Dentre os cinco empreendedores entrevistados percebe-se que todos os empreendedores relataram que o empreendimento atual é o primeiro negócio de suas vidas. Ao analisar o comportamento empreendedor a pesquisa sinalizou a Realização Pessoal com alta relevância influenciadora para a abertura do negócio.

Os empreendedores B e D consideram seu negócio “um sonho realizado”. Para o empreendedor A ver sua empresa em funcionamento é “uma vitória”, como evidencia os estudos de McClelland (1972), que define a necessidade de realização como a força motivadora dos empreendedores de sucesso. De acordo com o autor, as pessoas que desenvolvem uma elevada necessidade de realização são mais propícias ao ato de empreender, como podemos ver na fala do empreendedor D: “[...] era o meu sonho, uma coisa que queria muito, acredito que embora seja um caminho muito difícil e instável é compensador” (EMPREENDEDOR D).

É importante destacar nas falas dos entrevistados B, C, E a variante “paixão pelo que faz”, fica evidente a realização dos empreendedores por estarem trabalhando com o que realmente gostam de fazer, como dito pelos entrevistados C e E:

[...] a paixão pela medicina falou mais alto, não me vejo fazendo outra coisa, eu estou muito feliz com o meu negócio sou uma mulher realizada e não me vejo fazendo outra coisa é algo que eu gosto (Empreendedora C).

[...] não é fácil, no setor de farmácia a gente fica mesmo porque gosta, é isso que eu quero para minha vida, é amor pelo meu trabalho (Empreendedora E).

Outro ponto importante relacionado aos dados obtidos é a Oportunidade como elemento favorável a abertura das empresas. Conforme ressalta a literatura que descreve o início do processo empreendedor de acordo com a identificação da oportunidade e transformá-la em negócio, bem como, a transformação das necessidades de um indivíduo (DORNELAS, 2017). Dos cinco entrevistados três consideraram a situação econômica um fator relevante para a criação da empresa como podemos observar na fala do empreendedor B:

[...] decidi investir porque o setor de farmácia é o ramo que mais está crescendo no Brasil, essa é uma ideia que já tenho muito tempo, só agora pude colocar em prática por conta dos recursos, tem que ter capital para você investir bem, e a gente conseguiu (EMPREENDEDOR B).

Desse modo, vale ressaltar que os empreendedores B, C, D conseguiram reunir

recursos próprios antes de dar início a criação de suas empresas. Enquanto os empreendedores A e E tiveram ajuda financeira de terceiros. Podemos verificar isso na fala do entrevistado C e A:

[...] na época eu estava com capital reservado e falei que se ele quisesse me vender compraria (EMPREENDEDORA C).

[...] meu pai é meu investidor, entrou em sociedade comigo com o dinheiro que eu precisava, e o restante ficou por minha conta (EMPREENDEDOR A).

Uma outra constatação feita é que os empreendedores C e E adquiriram suas empresas já em funcionamento, ou seja não foram criadas por elas, como enfatiza Baron e Shane (2007), que nem sempre as fontes de oportunidade levam os empreendedores a desenvolverem novos negócios, empresas podem ser adquiridas e ideias podem ser copiadas e melhoradas. Como indicado pela empreendedora C: “[...] foi de “paraquedas” eu era caixa desta farmácia, o dono quis mudar de ramo e decidiu vender, foi tudo muito rápido quando me deparei já tinha comprado” (EMPREENDEDORA C).

Pode-se afirmar ainda, que diante dos dados analisados a presença do elemento Experiência Profissional como fator determinante para a abertura das empresas como evidencia Baron e Shane (2007), que define os elementos determinantes para justificar a iniciativa empreendedora. Para o autor a aquisição de experiência é considerada elemento cognitivo influenciador no início do processo empreendedor.

Diante dos dados, podemos concluir que os empreendedores A, B, C e D utilizaram as suas experiências profissionais como fundamentação para a atividade empreendedora.

Os empreendedores A e B, começaram a adquirir experiência no setor devido trabalharem em outras farmácias da cidade como balconistas por um longo período. Segundo os entrevistados isso proporcionou um vasto conhecimento em produtos e mercado. Como indicado pelo empreendedor A: “[...] quando decidimos abrir a empresa eu já trabalhava em uma farmácia no centro por doze anos como balconista, e continuo trabalhando até hoje, tudo que eu aprendo lá coloco em prática aqui” (EMPREENDEDOR A).

Já os entrevistados C e D, possuíam experiência de acordo com sua formação acadêmica. Os empreendedores são formados em farmácia, no entanto, não empreenderam logo após terminarem a faculdade mesmo tendo o desejo de possuir seu próprio negócio. Tinham sido preparados pela faculdade mas, sentiam a necessidade do convívio prático e somente após trabalharem por um bom período no ramo tiveram confiança para empreender.

Como podemos averiguar na fala do entrevistado D: “[...] assim que me formei tive a oportunidade de ter um negócio, entrar no mercado mas, não quis por conta da falta de experiência, se eu tivesse entrado tenho certeza que não estaria mais com meu negócio hoje”.(EMPREENDEDOR D).

Pode-se observar um outro fator determinante para alguns empreendedores, os entrevistados A e B afirmam que foram influenciados por questões familiares, vale ressaltar o parentesco entre eles. Conforme afirma Filion (1999), que os empreendedores tendo como base um modelo em seu meio familiar, podem desenvolver mais chances para criar novas empresas. Como descreve o empreendedor B: “[...] meu irmão já tem uma farmácia, todos nós trabalhamos com isso, em minha família todos os meus irmãos têm a mesma profissão no ramo” (EMPREENDEDOR B).

Ainda, de acordo com a empreendedora E, a proximidade com seu familiar dono da empresa que trabalhava a influenciou para adquirir seu empreendimento. Podemos identificar quando fala: “[...] meu primo me chamou para trabalhar com ele, queria alguém de confiança, quando ele decidiu vender a farmácia me incentivou a comprar, não queria passar para uma pessoa estranha” (EMPREENDEDORA E).

Os elementos influenciadores para criação das empresas dos empreendedores analisados são elementos de caráter pessoal como gostar e ter paixão pelo que fazem e seus objetivos em terem seus sonhos realizados, aliado a suas habilidades adquiridas por meio de suas experiências profissionais, oportunidades encontradas, e incentivos familiares. O que confirma Dornelas (2017), ao enfatizar, que o início do processo empreendedor é influenciado por questões comportamentais, econômicas, e por meio de oportunidades identificadas.

4.2. Características do comportamento empreendedor.

Diante dos dados analisados a busca de Oportunidade e Iniciativa foram as características mais evidente entre os cinco entrevistados. Segundo a concepção de Dolabela (1999), aponta a identificação de oportunidade como papel essencial para a ação empreendedora a capacidade de identificar, agarrar, e buscar recursos são características

predominantes nos empreendedores. Junto a isso, Dornelas (2017), caracteriza os empreendedores como pessoas que exploram oportunidade, são determinados e dinâmico. Como podemos identificar nas falas dos entrevistados B, D e E:

[...] quando foi para abrir a empresa eu já vinha estudando isso há muito tempo, fui em busca de conhecimento, pesquisei estudei fui com quem tinha mais experiência, pergunto como é, como que eu preciso fazer (EMPREENDEDOR B).

[...] sempre quis montar minha empresa, esperei um tempo e quando percebi que o momento do setor estava bom decidi que era hora fui atrás do que precisava (EMPREENDEDOR D).

[...] queria muito ter meu negócio e era minha oportunidade, como não tinha dinheiro suficiente peguei emprestado, tive medo mas fiz (EMPREENDEDORA E).

Outra característica recorrente aos entrevistados foi a Persistência quanto as dificuldades na gestão da empresa, o que corrobora com o que Dornelas (2017) destacou, ao evidenciar as dificuldades durante todo o processo empreendedor, para o autor os empreendedores precisam desempenhar esforços, para enfrentar as adversidades em todo o processo e garantir o sucesso do negócio.

Analisando os dados observou-se, que os empreendedores C e D enfrentaram dificuldades quanto a localização da empresa. Como mencionado na fala da entrevistada C:” [...] quando adquiri a farmácia era no centro da cidade, mas resolvi mudar para o bairro Jaderlândia devido os custos no centro o aluguel que pagava era muito caro, e a concorrência ao meu ponto de vista era muito desleal” (EMPREENDEDORA C).

Para a empreendedora E, sua maior dificuldade foi gerir uma empresa da qual não tinha conhecimento dos seus produtos e do mercado em si. Ao ser questionada se mudaria de ramo por conta das dificuldades por ela relatada, a entrevistada respondeu: “[...] eu gosto disso aqui, é tanto que depois de quatorze anos que eu tinha deixado de estudar eu comecei a faculdade de farmácia, para não perder o negócio, quero continuar” (EMPREENDEDORA E).

É importante destacar, que os empreendedores A e B, também ao serem perguntados se em algum momento já pensaram em desistir e fechar seus negócios, o empreendedor A, afirma em dizer que, apesar das dificuldades iniciais permanece firme. Para o empreendedor B ainda é muito cedo para pensar nisso, devido sua empresa ter pouco tempo de existência. Já os empreendedores C e D reconhecem que já pensaram em parar com suas empresas. Como pode-se observar na fala do entrevistado D: “[...] já pensei em desistir no início, por

conta da inviabilidade de rendimentos não estava atendendo as minhas expectativas” (EMPREENDEDOR D).

Ainda sobre as características empreendedoras, nota-se a capacidade de Assumir Riscos Calculados entre os entrevistados. Característica esta que Drucker (2001), afirma ser essencial para o empreendedor que precisa contar com a estabilidade diante das incertezas. Dos cinco entrevistados a capacidade de assumir riscos é vista sob duas vertentes: os empreendedores B, C, D afirmam reconhecer os riscos e para diminuí-los tendem a fazer uma análise criteriosa da situação econômica, bem como, dos seus concorrentes, antes de tomar qualquer decisão. Como descrito pela empreendedora C: “[...]para você tomar uma decisão em uma empresa você tem que está por dentro de todos os números dela para poder chegar em uma decisão” (EMPREENDEDORA C).

Já para os empreendedores A e E, correr risco é algo comum e inevitável e nem sempre conseguem preveni-los, os entrevistados assumem agir por impulso ao efetuarem as compras de mercadorias para a empresa. Como podemos verificar na fala do entrevistado A: “[...] dificuldades sempre surgem, mas a gente sempre capricha nas mercadorias para não faltar mesmo o movimento estando pouco, (EMPREENDEDOR A).

Percebe-se também, a característica relacionada a Visão entre os entrevistados. Corroborando Fillion (1999), para o autor a visão é a principal característica do empreendedor ao definir um objetivo e desenvolver habilidades para realizá-los. Diante disso, para os empreendedores A, B, e E, a visão é caracterizada pela aquisição de conhecimento para melhorar o desenvolvimento da empresa. Os empreendedores decidiram iniciar a faculdade de farmácia para reduzir custos e ter total autonomia em seus empreendimentos além de gestores, responderão como farmacêuticos responsáveis por suas farmácias. Como descrito na fala do empreendedor A: “[...] faço o melhor que posso pela minha empresa, sempre penso em melhorar, estou cursando farmácia isso futuramente irá me ajudar na independência da minha empresa” (EMPREENDEDOR A).

4.3. As necessidades e expectativas dos empreendedores ao abrirem suas empresas.

Com base nas entrevistas realizadas pôde-se perceber diferentes necessidades que influenciam o comportamento dos empreendedores, e conseqüentemente são refletidas na gestão do negócio. Para Maslow (1996) a necessidade como uma manifestação de carências

desenvolvida pelo ser humano. Corrobora McClelland (1961), ao enfatizar que muitas necessidades podem ser adquiridas e desenvolvidas socialmente, relacionadas ao contexto de aprendizagem.

Os dados obtidos, apontam a necessidade de Realização predominante entre os cinco entrevistados. Quando questionados sobre o que a abertura de suas empresas representava para eles, os empreendedores afirmam estarem realizados ao trabalharem com o que gostam, satisfeitos com suas empresas e mostram direcionar todo seu potencial com iniciativa para o sucesso de seus negócios. Como indicam os empreendedores A, B, E:

[...] somos os responsáveis pelo nosso sucesso tenho muita dedicação, é muito bom você ser funcionário devido a zona de conforto que você tem, mas o desafio de ter o que é seu é bom demais (EMPREENDEDOR A).

[...] minha empresa me trouxe muita felicidade um incentivo, uma gratificação que só me dá vontade de trabalhar mais ainda, trabalhando muito com pé no chão e cabeça no lugar para poder crescer (EMPREENDEDOR B).

[...] me sinto muito realizada com meu trabalho, com a minha empresa ela já me deu muitos frutos por isso tenho muito cuidado e amor por ela (EMPREENDEDORA E).

Outro ponto importante, é que ao abrirem suas empresas os empreendedores analisados possuem a necessidade de Independência ao serem donos do seu próprio negócio. Dornelas (2017) também classifica os empreendedores como idealizadores de seus negócios, sempre atentos as oportunidades visando sua autonomia. De acordo com os dados da pesquisa essa necessidade está associada ao desejo de autonomia e expectativas de liberdade dos empreendedores. Como esclarecido pelo empreendedor D: “[...] prezo muito reconhecimento para mim mesmo por ter conseguido, ganhei mal, ganhei bem, ganhei muito bem só que eu quis trabalhar para mim mesmo eu busquei um comércio porque eu trabalho muito pelo conforto da minha família e quis buscar independência” (EMPREENDEDOR D).

É importante destacar nas falas dos empreendedores A, C, e E a associação da palavra “controle” com a necessidade de independência, para eles a independência os possibilitam determinar todo o percurso que sua empresa irá percorrer para atingir o sucesso esperado, trazendo para si toda autoridade no poder de decisão. Como diz a empreendedora C: “[...] tudo que se faz dentro dessa empresa eu estou na frente gosto de estar por dentro de tudo, como minha empresa é pequena se eu estou aqui dentro não tem porque delegar certas funções eu sempre tomo cuidado de olhar tudo para eu ter esse poder de controle de tudo

(EMPREENDEDORA C).

Uma outra necessidade percebida nos entrevistados diz respeito à necessidade de adquirir conhecimento para o seu desenvolvimento pessoal. Os empreendedores A, B, E, afirmam estar em busca de conhecimento, para isso dedicam-se a estudar para aprimorar suas habilidades e crescer profissionalmente. Para Dolabela (1999) os empreendedores sentem a necessidade de sempre estar em busca contínua de aprendizado, e utiliza suas próprias habilidades para adquiri-los. Como podemos perceber na fala da empreendedora E: “[...] sempre acredito no estudo no conhecimento, o conhecimento é o sucesso de qualquer negócio então eu não posso estar aqui tentando adivinhar o que vai dar certo e o que não vai” (EMPREENDEDORA E).

Outro ponto importante, relacionado a necessidade de adquirir conhecimento, é que os empreendedores C, D e E, admitem dificuldades na gestão de seus negócios e por isso necessitam ir em busca de conhecimento para ajuda-los. Como destaca Filion (1999), ao afirmar que os empreendedores podem adquirir conhecimento mesmo em situações desfavoráveis devido sua capacidade de perseverar e aprender diante das dificuldades. Os empreendedores C e D, afirmam já ter utilizado apoio de entidades como o SEBRAE para obter conhecimentos de gestão, como podemos constatar na fala da empreendedora C: “[...] às vezes você acerta ai fica super empolgado, mas também você erra, onde você sente a necessidade de um profissional para esta te orientando então eu sempre procurei fazer estudos de tudo, já fiz vários cursos do SEBRAE, para me auxiliar”. (EMPREENDEDORA C).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fenômeno empreendedorismo caracterizado na figura do empreendedor assume grande importância para o desenvolvimento econômico e social do país. Os empreendedores com suas características e comportamento passam a ser o grande diferencial competitivo em suas atividades de seu universo de atuação.

Este estudo teve como objetivo central identificar aspectos do comportamento empreendedor que influenciam no processo de criação de MPE's do setor farmacêutico no município de Rondon do Pará. A pesquisa buscou analisar todo comportamento

empreendedor tendo como pontos específicos os fatores motivadores, suas características, necessidades e expectativas, todos relacionados ao início do processo empreendedor.

Com relação aos fatores motivadores que antecedem a criação do negócio observou-se que, os empreendedores do setor analisado movimentaram seu comportamento para a ação empreendedora a partir de suas experiências profissionais ou seja, somente decidiram empreender por que tiveram experiências suficientes no setor, o que para eles, foi o elemento determinante para sentirem-se confiantes ao empreender. Identificou-se também, a interferência de elementos de caráter pessoal como realização pessoal e paixão pelo que fazem, presentes no comportamento dos empreendedores, e são o alicerce para o início de suas empresas.

Quanto as características dos empreendedores, foram encontradas características em maior escala associadas a realização pessoal como iniciativa, persistência e oportunidade, que influenciam diretamente no comportamento dos empreendedores a criarem suas empresas. Observou-se também, que ao se sentirem realizados os empreendedores desenvolvem características que os auxiliam na gestão da empresa como visão e inovação.

As necessidades desenvolvidas pelos empreendedores são de caráter psicológico, financeiro, e social. Ao decidirem empreender os empreendedores estão em busca de independência, autonomia pessoal e profissional, e para alcançarem seus objetivos necessitam da aprovação e reconhecimento de seu trabalho, com isso desenvolvem algumas necessidades como busca por conhecimento para gerir suas empresas. O que se observou foi a falta de suporte durante o planejamento de seus negócios, para fazer com que suas necessidades pudessem se transformar em realidade alcançada. Os empreendedores necessitam de mais incentivos, treinamentos e ferramentas que os auxiliem na gestão das empresas, por estarem em fase inicial o índice de mortalidade pode ser maior.

Os resultados apresentados e discutidos nesse estudo confirmam que o comportamento dos empreendedores ao abrirem suas empresas sofrem influências de cunho emocional, levando em consideração suas habilidades pessoais e experiências adquiridas além do desenvolvimento de atitudes que motivem o processo cognitivo induzindo seu comportamento a realizar seus objetivos. Portanto pode-se concluir que os objetivos que norteiam esta pesquisa foram atingidos e os resultados alcançados

O estudo demonstrou o quanto o fator pessoal característico de cada ser humano interfere no processo de tomada de decisão para empreender, permitindo aos

empreendedores e futuros empreendedores do município de Rondon do Pará uma análise de seu comportamento durante o planejamento de seus empreendimentos.

É importante destacar que houve algumas limitações para a construção deste estudo, como necessidade por parte de órgãos no município que auxiliem com informações para os empreendedores e pesquisadores, horário e disponibilidade dos entrevistados, que dificultaram uma maior abrangência de casos. Como também os critérios para seleção dos casos, por se tratar de empresas em fase inicial. E disponibilidade de tempo para um maior aprofundamento na pesquisa aumentando o volume da amostra.

Portanto, fica evidente a necessidade de realização de novos estudos mais profundos acerca do assunto tendo como ponto de partida este trabalho. Neste sentido sugere-se a continuidade de estudos relacionados ao tema com empreendimentos em fases de crescimento, superior a três anos. Discussões realizadas acerca do tema devem ser estimuladas de maneira que possa produzir conhecimento científico.

REFERÊNCIAS

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

DALLEY, J.; HAMILTON, B. Knowledge, context and learning in the small business. **Interntional Small Business Journal**, Vol. 18, No. 3, 51-59 2000.

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

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 2008.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. -6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2017.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Thomson, 2001.

EISENHARDT, K.M. Building Theories from Case Study Research. **Academy of Management Review**, v.14, n. 4, p. 532-550, 1989.

FILION, L. J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, v. 39, n. 4, p. 6- 20, 1999.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo, 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br> › Relatório-Executivo- Brasil-2018-v3-web. Acesso em: 20 julho de 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1987.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GREATTIE, L.; PREVIDELLI, J. Perfis empreendedores: Análise Comparativa das trajetórias de Sucesso e do Fracasso Empresarial do município de Maringá-PR. ENANPAD: 2004Anais, Brasília / DF, 2005.

LANDSTRÖN, H.; LOHRKE, F. **Historical foundations of entrepreneurship research**. Great Britain: Edward Elgar Publishing, 2010.

LEONE, N. M. C. P. G. A dimensão física das pequenas e médias empresas (PMEs): à procura de um critério homogeneizador. **Revista de Administração de Empresas**, v.31, n.2, p. 53-59, 1991.

LEONE, N. M. C. P. G. As especificidades das pequenas e médias empresas. **Revista de Administração**, v.31, n.2, p. 91-94, abr/jun. São Paulo, 1999.

LEONE, R. J. G.; LEONE, N. M. C. P. G. Pequenas e médias empresas: contribuições para discussão sobre por que e como medir o seu tamanho. **Revista do Mestrado em Administração da Universidade Potiguar - RaUnP- Ano 4, n.1 out.2011. /mar. 2012.**

MARCONI, M. DE A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MASLOW, A. A Psicologia do Ser. Rio de Janeiro: Eldorado Tijuca, 1996.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração: Da Revolução Urbana à Revolução Digital**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MAZZAROL, T.; REBOUD, S. **Entrepreneurship and Innovation Theory, Practice and Context**. Springer, Singapore, 2020.

MAZZAROL, T.; REBOUD, S. **Small business management - Theory and Practice**. Springer, Singapore, 2020b.

MCCLELLAND, D. C. *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand, 1961.

MCCLELLAND, D. C. Business Drive and National Achievement. **Harvard Business Review**, p. 99-112, Jul. /aug. 1972.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade Competitiva; realização e progresso social**. Rio de

Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MINAYO, M.C.S. O Desafio do Conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 2.ed., São Paulo: Hucitec/ Abrasco, 1993.

MOROZ, P. W.; HINDLE, K. Entrepreneurship as a process: toward harmonizing multiple perspectives. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 36, n. 4, p. 781-818, 2012.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. 14.ed. São Paulo: Persom, 2010.

PMRP; SMF; DMT. Prefeitura Municipal de Rondon do Pará, Secretaria Municipal de finanças, Departamento Municipal de Tributos. Relatório de Cadastros Econômicos, 2019. Disponível em: <<https://www.janelaunica.com.br/6/relatorios/cadEconomico>>. Acesso em 13 agosto, 2019.

SAUNDERSN, M.; LEWIS, P.; THORNHILL, A. **Research methods for business students**. 5 ed. London: Pearson Education Limited, 2009.

SCHUMPETER, J.A. A teoria do Desenvolvimento Econômico. São Paulo: Nova Cultura, 1988.

SEBRAE. Os negócios em números promissores em 2018. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em 20, jun. 2019.

SEBRAE. Participação das micro e pequenas empresas na economia brasileira. Brasília: 2014.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

TOZONI-REIS, M. F. Metodologia da Pesquisa. Metodologia da Pesquisa. 2ª ed. Curitiba, IESDE. 2009.

UCHOA, C. **Amostragem não probabilística**: amostra por conveniência. Disponível em: <<https://www.netquest.com/blog/br/blog/br/amostra-conveniencia>> acesso em: 23 de agosto de 2019.

VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 1999.

VROOM, Victor. H. – Work and Motivation; S. L., Wiley, 1964.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: Planejamento e métodos. 2 eds., Porto Alegre: Bookman, 2001.