



RELISE

EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE MUDANÇAS COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO: UMA PESQUISA DE CAMPO COM OS AMBULANTES DO SETOR ALIMENTÍCIO NA CIDADE DE JUAZEIRO DO NORTE-CE¹

*Mayara Nascimento Braga²
Marcia Maria Leite³
Edgar da Silva Felix⁴*

RESUMO

Com a grande competitividade do mercado é notório que as organizações precisam estar em constante desenvolvimento, inovando de acordo com as novas exigências estabelecidas. Dessa forma, a gestão de mudanças promove a descoberta de novas práticas que podem ser aplicadas ao empreendedorismo, mostrando diferentes formas de empreender para auxiliar na abertura de novos negócios. No Brasil, o empreendedorismo vem ganhando destaque, tornando-se um fator cada vez maior para o crescimento dos índices econômicos, e a partir dessa premissa, o artigo foi feito baseado na pesquisa de campo com os empreendedores ambulantes do setor alimentício, localizado na cidade de Juazeiro do Norte, no estado do Ceará, realizou-se uma coleta de dados, de fontes bibliográficas, por meio de livros e artigos. O objetivo principal é identificar quais motivos influenciaram esses cidadãos à decisão de serem empreendedores ambulantes do ramo alimentício nos logradouros da cidade. Analisando os dados que foram coletados, percebeu-se que os ambulantes atuam nessa profissão pela necessidade financeira e falta de opção no mercado padrão, e, por conta disso, encontraram uma oportunidade como ambulantes, tornando, dessa forma, a nova realidade de trabalho.

Palavras Chave: Empreendedorismo. Gestão de Mudança. Ambulantes.

ABSTRACT

With the great competitiveness of the market it is notorious that the organizations need to be in constant evolution, innovating according to the new established requirements. In this way, the changing management promotes the discovery of new practices that can be applied to entrepreneurship, showing

¹ Recebido em 02/06/2017.

² mayara.adm07@gmail.com. Centro Universitário Dr. Leão Sampaio.

³ marcialeite@leaosampaio.edu.br. Centro Universitário Dr. Leão Sampaio.

⁴ edgarsfelix@gmail.com. Centro Universitário Dr. Leão Sampaio.



RELISE

49

different ways of engage to help open new businesses. In Brazil, entrepreneurship has been gaining prominence, becoming an increasing coefficient for the spread of economic indices, and from this premise, the article was made based on the research field with the itinerant entrepreneurs of the food sector, located in the city of Juazeiro do Norte, in the state of Ceará, it was as the collecting data, from bibliographic sources, through books and articles. The main objective is to identify which motives influenced these citizens to the decision to be itinerant entrepreneurs of the food sector in the city's streets. Analyzing the information collected, it was noticed that the peddlers work in this profession because of the financial need and lack of choice in the standard market, and because of this, they found an opportunity as street sellers, so making their new work reality.

Key Words: Entrepreneurship, Changing management, Intinerant.

INTRODUÇÃO

Com a crise econômica que vem afligindo o país nos últimos dois anos, a taxa de desemprego cresceu em um número bastante considerável, e a procura por uma segunda opção de trabalho foi um meio encontrado pelos trabalhadores brasileiros para que dessa forma eles pudessem assegurar o sustento de suas famílias.

Através da teoria dos autores Tavares e Rodrigues (2015), no assunto sobre propagação do pensamento de empreendedorismo como fomentador da economia atual, é visto como diferencial as características dos empreendedores do Brasil, deve-se observar que é necessário não estar somente ligado às novidades, mas às modificações que estão ocorrendo continuamente no universo dos negócios.

Neste período de recessão, percebe-se que, como a entrada no mercado de trabalho está mais árdua por conta da defasagem na oportunidade de empregos, a concorrência no mercado está bastante acirrada, então por esse fato a gestão de mudança está diretamente ligada à visão empreendedora, pois ambas promovem a busca por novas ideias e auxiliam na



RELISE

50

criação de novos negócios, mostrando que é possível ter sucesso em meio à crise.

De acordo com os autores Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo exerce um papel de fundamental relevância na formação e no desenvolvimento regional, como no crescimento e no aumento monetário da nação.

Diante do cenário competitivo das organizações e a escassez de emprego, houve a necessidade de buscar novas formas de empreender para suprir as necessidades sociais dos cidadãos que buscam a estabilidade financeira.

Em decorrência desse contexto, utilizou-se de tal objetivo para identificar quais foram os motivos que esses cidadãos tiveram para mudar o cenário em que viviam e buscar uma segunda alternativa, que, neste caso, é o de empreendedores ambulantes do ramo alimentício e assim mostrar de modo específico a visão do empreendedor, apontar o papel da gestão de mudanças, definir os desafios do empreendedor ambulante e, por fim, apresentar o resultado que a mudança trouxe para o empreendedor.

As alternativas sugeridas como hipótese de respostas pelo pesquisador foram as seguintes: O sujeito passou a exercer essa profissão de ambulante por falta de oportunidade no mercado de trabalho; O indivíduo não tem interesse em trabalhar como empregado; O indivíduo possui vontade de empreender e gosta de trabalhar com alimentos; O sujeito tem uma visão empreendedora, e nas horas livres busca aumentar a renda mensal; O indivíduo teve um novo ponto de vista sobre o empreendedorismo e identificou uma oportunidade de crescimento no setor.

Dessa forma, a pesquisa busca auxiliar no entendimento sobre o empreendedorismo, apresentar as dificuldades dos sujeitos e contribuir com outros acadêmicos para a realização de futuras pesquisas na área de empreendedorismo e gestão de mudanças.



RELISE

51

Diante desse estudo se compreende que a necessidade de empreender parte da vontade de ter uma independência financeira e/ou da busca por uma renda maior que a remuneração, também se pode afirmar que a pesquisa mostra que os ambulantes atuam nessa profissão pela necessidade financeira e visam à oportunidade de serem empreendedores ambulantes como uma nova realidade de trabalho.

EMPREENDEDORISMO COMO PROCESSO DE MUDANÇAS

Levando em consideração a teoria Chiavenato (2005), o empreendedorismo é entendido como geração de riquezas, a força financeira, o alavancar dos planos, o incentivo de talentos, a prática de ideias, e acrescentando ainda mais: ele é o ponto de descobrimento para as oportunidades e necessita ser rápido, valorizando as eventuais oportunidades, antes que outros visionários o façam.

Dolabela (1999 apud BEUREN, 2003) relata que o empreendedor, executa a ação do empreendedorismo, está interligado ao processo financeiro, à mudança e o desenvolvimento de realizações favoráveis para os negócios. Porém tendo em vista que o empreendedorismo é uma manifestação cultural, que se utiliza de formas e atitudes comportamentais que se modificam de uma região para outra, de acordo com o modo de vida.

Segundo Hisrich e Peters (2004), empreendedorismo é o método de produzir algo novo com utilidade, sacrificando o tempo e a dedicação necessária, considerando as ameaças financeiras, mentais e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes compensação e independência econômica e pessoal.

Para Galvan e Villela (2014), no cenário da economia brasileira, as empresas de pequeno porte representam uma das principais bases para suporte econômico. O povo brasileiro detém de um destaque significativo



RELISE

quando o assunto é o empreendedorismo, independentemente de vários fatores, muitos compartilham esse perfil de administrar o próprio negócio.

De acordo com Gomes et al. (2013), nos meios de difusão de informação no Brasil, o empreendedorismo é corriqueiramente discutido por gestores e políticos, pois essa “arte de arriscar” causa interesse para quem ouve. É um tema amplamente abordado pelo fato de gerar renda e emprego para as pessoas, e com isso altera decisivamente na economia. Em continuidade, para Degen (2013), ser empreendedor não significa deter de posses instantaneamente e ser livre de responsabilidades ou somente produzir inovações, na realidade, exige um gasto e um desgaste inicial que grande maioria das pessoas não está disposta em arcar.

Na visão de Dornelas (2005, p.39), “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidade”.

O empreendedorismo envolve reconhecer a oportunidade para criar algo novo e isso não precisa ser um novo produto ou serviço. Muito pelo contrário, pode se tratar de reconhecer uma oportunidade para desenvolver um novo mercado, usar uma nova matéria-prima ou desenvolver um novo meio de produção para mencionar apenas algumas possibilidades (BARON; SHANE, 2010, p.7).

Dessa forma, Dergan (2013) conclui que o empreendedor é o sujeito que possui visão de mercado e não economiza esforços para a execução dos seus objetivos, uma vez que sua realização é a concretização de algo que inicialmente era ideal e se cumpre através do empreendimento.

Segundo os autores Salim; Nasajon; Salim; Mariano et al., (2004, p. 1):

Empreender tem sido a trajetória escolhida por muitos jovens recém-formados, profissionais bem sucedidos no mercado, alguns aposentados ou trabalhadores que, depois de uma vida inteira trabalhando como empregados resolvem empreender por conta própria.

Porém Chiavenato e Sapiro (2003) afirmam que empreendedores não são apenas criadores de organizações grandiosas ou que são apenas



RELISE

53

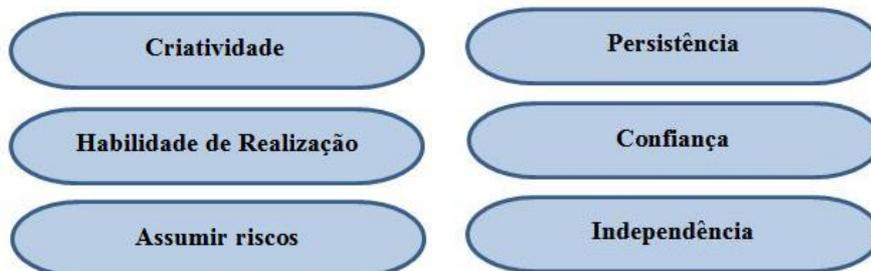
empreendedores, mas, sim que são qualquer um dos indivíduos que exploram oportunidades, iniciam projetos criativos, assumem riscos e inovam continuamente.

Degen (1989, p.20), descrevendo as características do empreendedor, afirma que:

o mesmo vai muito mais longe do que simplesmente identificar e avaliar os negócios que encontra pelo caminho. Faz sua previsão sobre seu sucesso e periodicamente volta para ver se essa previsão foi correta. É preciso validar a avaliação, porque cada empresa é diferente das outras, e o que não funciona para uma pode ser sucesso das outras.

Levando em consideração a mesma linha de pensamento, para Maximiano (2007), os empreendedores devem possuir algumas das determinadas características que se bem desempenhadas o levarão ao sucesso desejado, estando essas características citadas na figura 1.

Figura 1. Figura Características que promovem o sucesso.



Fonte: Maximiano (2007).

Tais características descritas na figura 1 levaram os empreendedores a ter vantagens competitivas na implantação do novo negócio e podem auxiliar os empreendedores que atuam no ramo, a produzirem novas ideias.

No tocante às características dos empreendedores, Lezana e Tonelli (1998 apud BEUREN, 2003) relatam que esses empreendedores perseveraram pelas melhorias, se esforçam individualmente e em grupos. Podem ser nomeados como seres que criam, percebem e realizam novas formas de negócios, utilização novas maneiras de recursos (função de produção), para



RELISE

54

conseguir melhores oportunidades de aperfeiçoamento num meio das incertezas.

O quadro a seguir, demonstra uma grande diversidade de definições, Kuratko e Hodgetts (1995) disporem-se a reduzir e classificar as características empreendedoras. Desta forma, elaboraram um quadro citando referências das principais características citadas por vários autores em suas obras.

Quadro 1. Quadro Características do Perfil Empreendedor Tradicional.

ANO	AUTOR	CARACTERÍSTICAS
1848	Mill	Correr risco
1917	Weber	Busca da responsabilidade formal (é líder)
1934	Schumpeter	Criação; Atitude
1954	Sutton	Busca desafios
1959	Hartman	Busca da responsabilidade formal (é líder)
1961	McClelland	Desejo de arriscar; Fonte de realização
1963	Daebsovids	Cobiçador; Busca independência; Organizado; Autoconfiante
1964	Pickle	Inteligente; Relações humanas; Desenvoltura na comunicação; Conhecimento aprofundado
1965	Linziebsconger	Escolhas pelos riscos; Independente; Reconhecimento por atitudes; Líder
1965	Schrage	Fácil aproximação; Busca pelo Poder; Consciente dos limites; Mantém o controle sobre pressão
1971	Palmer	Responsabilidade sobre risco moderados
1971	Hornaday e Aboud	Busca Realização; Autonomia; Impulsivo; Poder; Reconhecimento; Criador/Independente
1973	Winter	Necessita de poder
1973	Borland	Busca interna no controle
1974	Liles	Necessita de realização
1977	Gasse	Embasado por condutas pessoais
1978	Timmons	Autoconfiança; movido pelos resultados; busca riscos moderados; foco em controlar; Criativo/ Inovador
1980	Brockhaus	Tendência em buscar riscos
1980	Sexton	Agitado/Ambicioso/pró-ativo
1981	Mescon e Montanari	Realiza; Controle; Autonomia; Equilíbrio; Controlador
	Welsh and	Busca por controle; Responsável; Auto-confiante;



RELISE

55

1981	White	Aceita desafios; Tomador de ricos moderados
1982	Dunkelberg e Cooper	Orientado pelo conhecimento e para independência
1982	Welsch e Young	Fonte de controle; Aberto para novas ideias; Auto-confiante.

Fonte: Kuratko; Hodgetts (1995).

Diante as características identificadas no quadro 1, tem-se uma percepção que existe uma ligação através da visão dos autores, a grande maioria deles relata que empreender significa correr risco, mesmo como à variação dos anos, de um autor para o outro, a forma de pensar e agir sobre o empreendedorismo são similares.

Contribuindo com autores citados anteriormente Hisrich, Peters e Shepherd (2014) afirmam que as atitudes base do empreendedorismo estão relacionadas a uma nova mudança organizacional. Essa nova entrada tem relação a: (1) ofertar uma nova opção de produto para um público já existente ou novo, (2) ofertar um produto a um mercado que está se iniciando ou (3) iniciar uma nova empresa como um novo produto ou novo público.

Assim, um novo empreendimento, ou a criação de um novo produto e/ou investido em um novo mercado, a “novidade” pode ser visto de forma positiva ou negativa. De certa forma, a novidade traz algo inovador, que pode auxiliar as empresas a se destacar diante das concorrentes. Mas de certa forma, a novidade traz inúmeros desafios e riscos para o empreendedor (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2014).

GESTÃO DE MUDANÇAS COMO OPORTUNIDADE DE NOVOS NEGÓCIOS

Na visão de Abrahamson (2006), no dia-a-dia da sociedade existe uma oposição das pessoas às mudanças, mas os empreendedores devem usar a liderança para acabar com as “coisas antigas” e criar um futuro inovador. Pode-se descartar o passado de maneira criativa.



RELISE

Adizes conceitua (1998), toda e qualquer transformação realizada nas organizações ou na vida, induzem problemas para serem solucionados, sendo necessário um bom empreendedor para resolver e solucionar este problema, para que as alterações possam ser vistas como benefício. Para ser um empreendedor eficaz, faz-se necessário aprender a enfrentar os problemas que vão aparecer no decorrer do dia-a-dia.

Segundo Pinchot (1989, p.3), o empreendedor pode ser considerado um elemento de vantagem competitiva quando relacionado às mudanças que se processam no cenário mundial. Afirma que, “nesta época de rápidas mudanças econômicas e tecnológicas, o espírito entrepreneur (empreendedor) pode ser uma vantagem única e importante, mas somente se aprendermos a usá-lo”.

No ponto de vista de Mandelli et al. (2003), o risco para as transformações sempre serão responsabilidade do topo da pirâmide, pois é por parte dele que se aplicam todos os comando e responsabilidade. Continuando com a teoria de Mandelli et al. (2003), porque precisa-se promover formas de mudanças, porque as novidades são uma forma de conservação para os empreendedores que estão no mercado diante da concorrência. Indo adiante, essa será uma maneira precavida de continuar a viver, desenvolver e prosperar.

Portanto, Miller (2012) afirma que a gestão de mudança é comumente estabelecida como um agrupamento de formações, métodos, matérias e competências que visam e desenvolvem novas ideias no decorrer de um tempo determinado, e um agrupamento de estratégias que auxilia pessoas e equipes a se integrar a elas. É a junção desses dois elementos que faz uma mudança ser bem desenvolvida.

Para Mandelli et al. (2003), definir “construção do novo” é a criação de um desenho descrevendo todas as formas que precisam ser modificadas.

Modificar significa romper como o rotineiro, buscar caminhos novos para uma



RELISE

57

nova realidade. O desenho desse novo horizonte e formação do que está por vir é a forma do que se busca alcançar.

Segundo Oliveira (1995, p. 15) “explica que o conceito de mudança ainda não está devidamente esclarecido e consolidado na bibliografia da gestão. Desta forma, a expressão mudança pode ter várias conotações e tratamentos”. Para Oliveira (1995, p. 16), “deve-se adotar o termo mudança quando alterações ou transformações acontecem no contexto em que a empresa opera, e outro é se adotar também o termo mudança quando a organização empreende ações para se ajustar a esse contexto”.

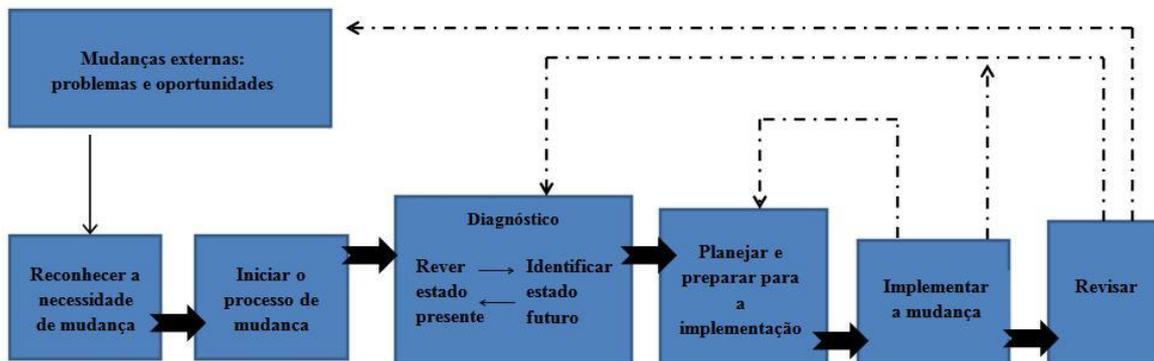
Na visão dos autores, Deal e Kennedy (1988 apud SANTOS, 2014) creem que a mudança é de importância quando ocorrem grandes problemas, onde realizar modificações torna-se um caso de sobrevivência. As características de sucessos necessárias à mudança podem ser essas: identificar a necessidade de se ter consenso sobre a importância do novo; comunicação nítida dos objetivos e das novas realizações a serem implementadas; esforço especial na realização; saber esperar e; fortalecer a ideia de inovar como forma de adaptação ao meio.

Para Hayes (2002), as mudanças muitas das vezes são aplicadas de forma genérica, quer dizer que em vários momentos os processos de mudanças não são levados em consideração por várias organizações. Desta forma, na procura da relevância da eficiência organizacional o autor citado, demonstra na figura 2 os passos para processo de mudança organizacional.



RELISE

Figura 2. Passos no processo de mudança.



Fonte: Hayes (2002 apud SELLMANN e MARCONDES, 2010, p.36).

Para um melhor entendimento e compreensão de cada etapa apresentada na figura 2, os teóricos Adizes (1995); Stickland (1998); Anderson e Anderson (2001); Sellmann e Marcondes (2010); Sims & Sims (2002); Kirkbride (1998); Hoag, Ritschard e Cooper (2002); Hayes (2002) descrevem de forma sucinta a importância de cada passo do processo de mudança em relação às organizações;

Primeiro passo – constatação da necessidade de mudança. Surge através visualização de um problema externo ou situações internas que precisam de novas mudanças.

Segundo passo – princípio do processo de mudança. Ocorre através da interpretação da necessidade do novo pelo desejo de inovar, com a definição de quem irá gerenciá-lo para estabelecer um relacionamento de familiaridade. Abrange uma análise ou uma pesquisa de viabilidade.

Terceiro passo – diagnóstico. Estudo do cenário atual e verificação do cenário novo. Essa explicação contribui para identificar as mudanças visualizando os problemas, admitindo erros constantes e apontando novas oportunidades, constata-se que auxiliará para chegar ao sucesso desejado.

Quarto passo – preparação e planejamento para a implementação. Fundamenta na criação de planos de ação almejando modificar a organização do formato atual, para um novo formato, realizando a aplicação do novo.



RELISE

Quinto passo – realização da mudança. Representa a aplicação do plano de ação, produzido no quarto passo, fazendo-se necessário o acompanhamento e supervisão permanente buscando a certeza que os planos estão ocorrendo da maneira combinada.

Sexto passo – revisão e consolidação. Verificação dos resultados alcançados nas modificações e afirmamento no cenário futuro através de sistemas de feedback e gratificação.

Alinhando gestão de mudança com as estratégias, tem-se em vista que as mudanças precisam ser identificadas e definidas, planejando de forma elaborada um método para que ocorra o desenvolvimento das atividades.

Gestão de mudanças como fator estratégico

As estratégias devem ser adotadas para definir qual o alvo se deseja alcançar, como o empreendedor saberá aonde chegar, se não souber qual o objetivo deseja alcançar. A estratégia é justamente o caminho para chegar ao destino desejado. Precisa-se delimitar qual o ponto de partida: qual a situação atual do empreendedor. Sendo assim, precisa-se idêntica qual a linha de chegada: onde se almeja estar. Para realizar essa trajetória, continuamente surgirão mudanças para serem adequadas de acordo com os obstáculos que surgem na caminhada (SALIM e SILVA, 2010).

Segundo Mandelli et al. (2003), a estratégia é um eficaz instrumento da organização para produzir importantes resultados, e se conduzida de maneira errada, pode também chegar a propiciar resultados calamitosos.

De acordo com Aguilera e Lazarini (2009), a tática implica em como as empresas utilizam suas capacidades para desempenhar benefícios competitivos que sejam sustentáveis, únicos e reconhecidos pelos fregueses. Tal postura é apoiada no comércio para conseguir retornos maiores que a média das organizações.



RELISE

Na visão de Maximiano (2006), a metodologia determina a direção das organizações e a maneira de concorrer com as demais lojas do mercado. O planejamento estratégico é a técnica de desempenhar decisões sobre o modelo organizacional. Todas as organizações possuem estratégias e planejamentos táticos de maneira direta ou indireta.

Como descrito por Porter (apud MANDELLI, 2003), qualquer que seja o negócio, se não houver planejamento, facilmente toma o risco de se modificar como uma folha no verão, que se move através da vontade dos sopros da concorrência.

Do ponto de vista de Aguilera e Lazarini (2009), a organização que não utiliza um plano definido é vulnerável aos erros, pois fica caminhando sem direção, perde recursos e deixa presas para os competidores. O plano deve ser bem entendido por todos, fazendo parte essencial da cultura organizacional.

Seguindo a teoria de Porter (apud AGUILERA; LAZARINI, 2009), entende-se que técnicas de liderança em custos mostram ser mais eficazes em eficiência ativa e, através disso, possuem os mais baixos gastos médios do departamento e podem proporcionar os mais baixos valores. Com o método de diferenciação, as empresas conseguem a procura de atributos do produto ou visualização da marca e comercializar com valores mais elevados do que a média do departamento, de maneira a abonar os gastos e chegar ao lucro.

Segundo Bressan (2004), aplicar estratégias de mudança que promovam resultados exige entender todas as características do ambiente, do meio e da organização. Desta forma, detectar fatores através do meio que estariam ocasionando as mudanças, sejam elas constantes ou ocasionais, destaca-se como melhorias para aplicação das mudanças, da mesma forma em que conhecimento poderia permitir a manipulação e a execução da mudança, a melhoria da eficácia organizacional e uma alternativa de sobrevivência.



RELISE

61

AMBULANTES NO BRASIL

De acordo com Salim e Silva (2010), a independência individual para determinar o amanhã, é um dos maiores desejos dos brasileiros, pois os mesmos sofrem com restrições, em decorrência da falta de chances de estudo e das precárias condições de estrutura familiar. Em um breve histórico, no panorama geral da evolução do empreendedorismo brasileiro uma pesquisa feita por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a taxa de empreendedores iniciais no Brasil em 2008 é de 12%. Isso significa que, de cada 100 brasileiros com a faixa etária de (18 a 64), 12 deles exercem alguma atividade voltada para o empreendedorismo.

“Empreendimentos por necessidade são aqueles criados porque o empreendedor não consegue encontrar trabalho no mercado, necessitando empreender para sobreviver.” (SALIM E SILVA, 2010, p. 53).

Seguindo o conceito dos autores Cacciamali (1994) e Hugon (1997), a expressão informalidade (ambulante), na sua criação, foi aplicada para descrever e determinar um grupo de atividades muito distintas. Esse termo sempre ocasionou muitas indagações e novas formas de nomear essa expressão. Como pode ser citado: microempresas, ambulantes, autônomos, etc.

A nomenclatura “setor informal” se utilizou inicialmente nas pesquisas elaboradas através da Organização Internacional do Trabalho (OIT) na área de Programa Mundial do Emprego, 1969. (TOKMAN E SOUZA, 1976 apud CACCIAMALI, 2007).

Do ponto de vista de Cacciamali (2007), o setor informal é uma atividade muito ativa e rentável, apesar de ser uma atividade limitada, não possuir inovações simples, falta de ajuda monetária e não existe vinculação com o setor formal. Além desses fatores, existe uma variedade de atividades distintas que se adequam na descrição do setor informal.



RELISE

62

O setor informal “ambulantes” é caracterizado através de uma conjunto de características que distingue um grupo de pessoas por meio das atividades de trabalho que exerce diariamente, essas características podem ser analisadas por intermédio do quadro 2.

Quadro 2: Principais características peculiares do setor informal.

1 – Composição familiar do empreendedorismo;
2 – Origem e recursos financeiros próprios;
3 – Pequena proporção de produção;
4 – Facilidade de adequação;
5 – Uso intenso de trabalho e de novas tecnologias;
6 – Habilidades profissionais adquiridas fora do sistema escolar de ensino;
7 – Atuação em mercados competitivos e não regulamentados.

Fonte: Tokman e Souza (1976 apud CACCIAMALI, 2007).

Na análise feita por meio do quadro 2, mostra que as pessoas que empreendem através do setor informal possuem características peculiares que surgem pela necessidade de trabalho.

De acordo com os autores Tokman e Souza (1976 apud CACCIAMALI, 2007), o nível de empregabilidade, não pode ser contabilizado através da quantidade de pessoas empregadas formalmente, o mercado também depende do setor informal, esse setor potencializa a economia, e dá oportunidade para pessoas produzirem e venderem coisas que tragam lucro.

METODOLOGIA

A estrutura do estudo é de natureza aplicada e tem como objetivo colaborar para fins práticos, com intuito de atender às necessidades atuais. De acordo com Andrade (2010), a pesquisa aplicada não permite que seja realizado plágio de outros estudos, mas sim o embasamento através deles.



RELISE

Quanto ao objetivo, trata-se de um estudo exploratório e descritivo, partindo do conceito de Andrade (2010), de que a averiguação exploratória é o início de todo trabalho científico. A análise descritiva, continuando com o conceito de Andrade (2010), nesse tipo de caso, os dados são anotados, gravados, explorados, classificados e executados de forma que o pesquisador não interfira neles.

A fonte utilizada, em todo trabalho científico e em toda pesquisa deve ter o apoio e o embasamento na pesquisa bibliográfica para que não se desperdice tempo com um problema que já foi solucionado e possa chegar a conclusões inovadoras (LAKATOS; MARCONI, 2001).

Para Mattar (apud OLIVEIRA 2011), o método quantitativo busca a validação das hipóteses mediante a utilização de dados estruturados, estatísticos, com análise de um grande número de casos representativos, recomendando um rumo final da ação, pois quantifica os dados e generaliza os resultados da amostra para os interessados.

O procedimento utilizado foi o trabalho de campo, pois, segundo Gil (2008), busca o aprofundamento de um fato específico. Através da realização da análise direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar as explicações e interpretações do ocorre naquela realidade.

A análise foi realizada com os ambulantes do setor alimentício, que ficam situados na cidade de Juazeiro do Norte, na região do Ceará. Esses trabalhadores estão diariamente trabalhando em praças públicas, como a Praça Padre Cícero, a Praça dos Franciscanos, a Praça da Alegria e a Praça Menino Jesus de Praga, nas faculdades Privadas e em hospitais Públicos (Hospital Regional do Cariri e Hospital São Lucas).

Os sujeitos da análise são os empreendedores ambulantes do setor alimentício, os questionamentos foram aplicados respeitando a orientação da amostra não probabilística por conveniência, que significa os participantes são



RELISE

selecionados de acordo com a disponibilidade de tempo e aceitação para participar do estudo.

A aplicação do questionário foi realizada entre os meses de agosto a outubro, com 25 ambulantes do setor alimentício. De acordo Marconi e Lakatos (2010), o questionário é uma ferramenta para coletar informações, é composto por certa quantidade de perguntas, que precisam ser respondidas por escrito, sem que o aplicador interfira nas respostas.

Após a coleta de dados, foi realizada uma análise por meio de gráficos e tabelas com auxílio de um software, Microsoft Excel, para melhor entendimento e conclusão dos objetivos esperados.

A pesquisa utilizou os preceitos éticos da Resolução 510/16, isto é, o sujeito assina um termo de responsabilidade de acordo com as informações disponibilizadas ao pesquisador. Os entrevistados tiveram total liberdade de responder ou não o questionário aplicado, buscando, dessa forma, oferecer o mínimo de risco possível para os participantes da pesquisa.

Vale ressaltar que o risco, citado anteriormente, refere-se às possíveis consequências que a pesquisa trará ao indivíduo, como o constrangimento no momento de responder às perguntas de âmbito pessoal, entretanto, ficou explícito que a pesquisa poderá trazer benefícios para o setor, ou seja, o maior interesse pela classe e os futuros estudos na área de empreendedorismo no ramo alimentício de ambulantes.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com intuito de descrever quais as características pessoais dos empreendedores ambulantes que atuam na cidade, foi elaborada a tabela 1 para representar através de porcentagem o sexo; a idade; o estado civil; e nível de escolaridade, desses indivíduos pesquisados.



RELISE

Tabela 1 - Perfil do empreendedor ambulante.

Características	Respostas
Sexo	Feminino – 25% Masculino – 75%
Idade	26 - 32 anos – 21,43% 33 - 39 anos – 50% 40 - 46 anos – 21,43% 47 - 52 anos – 7,14%
Estado Civil	Solteiro - 12,5% Casado - 68,75% Divorciado - 12,5% Outros - 6,25%
Nível de escolaridade	Fundamental Incompleto – 6,75% Fundamental Completo – 25% Médio Incompleto – 18,75% Médio Completo – 50%

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

Como dito anteriormente, a pesquisa foi feita com os empreendedores ambulantes do setor alimentício, isto é, pessoas que tem como seu ambiente de trabalho ruas e praças. Entre os empreendedores pesquisados, pôde-se notar 75% dos questionados são do sexo masculino. Com relação à faixa etária 50% dos entrevistados possuem uma idade entre 33 e 39 anos. Observa-se que 68,75% são casados, essa parcela de pessoas demonstra a necessidade de arcar com o sustento de suas famílias. O nível de escolaridade com mais abrangência foi o médio completo que equivale a 50% dos interrogados, isso demonstra que parte das pessoas questionadas não teve oportunidade de

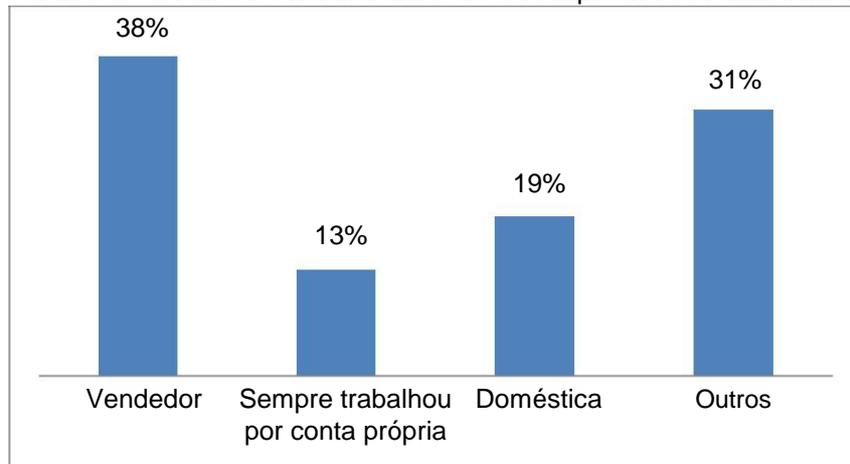


RELISE

66

cursar o ensino superior e, por conta disso, buscaram uma alternativa para alcançar uma renda.

Gráfico 1 – Profissão exercida antes de ser empreendedor ambulante.



Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

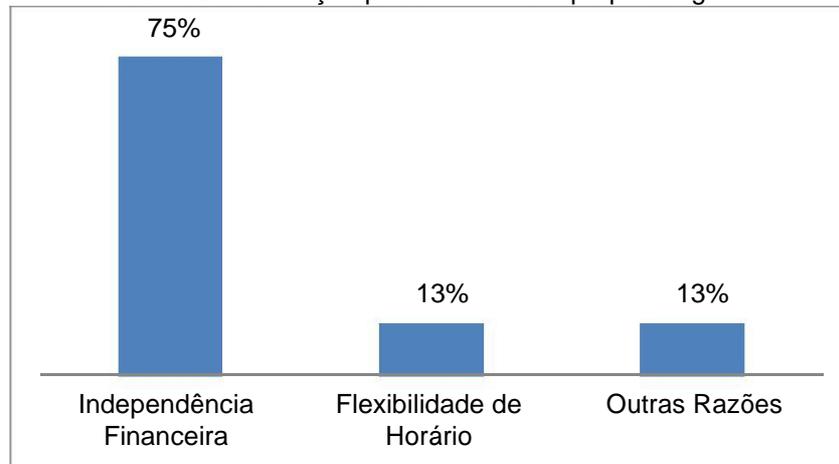
O gráfico 1 foi realizado através de pergunta aberta e com isso, revelou que 37,5% dos entrevistados trabalhavam anteriormente com vendas, denotando uma semelhança com o atual trabalho, a venda de produtos de alimentícios, ou seja, dependendo do tipo de venda, eles já detêm de experiência na área. O sucesso desse tipo de atividade está muito ligado à própria competência do vendedor, visto que ele é quem está em contato direto com o consumidor. Assim também é o empreendedor, pois ele é a principal pessoa que tem que acreditar no seu próprio negócio e passar isso ao cliente. Isto remeterá ao progresso e evolução do empreendimento.



RELISE

67

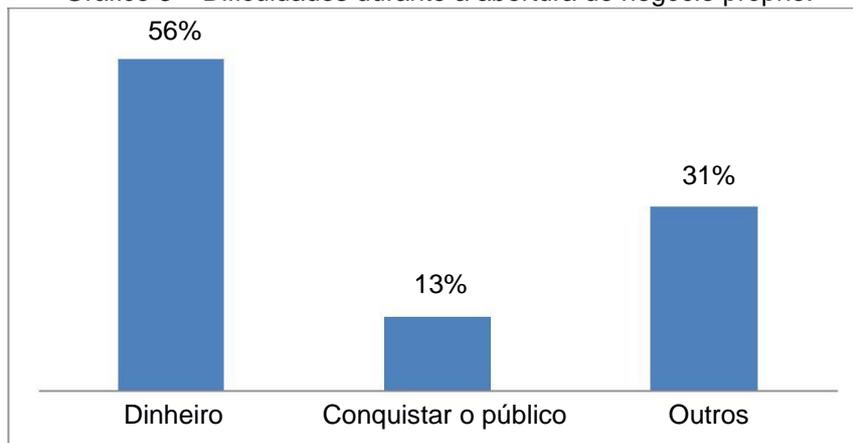
Gráfico 2 - Motivação para abertura do próprio negócio.



Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

As práticas empreendedoras estão alinhadas à oportunidade ou à necessidade de trabalho. No gráfico 2 pôde-se constatar uma das principais razões que levam a empreender. Percebe-se que a independência financeira foi a opção de maior abrangência, pois detém de uma porcentagem no valor de 75% em comparação com as alternativas. Por fim, é possível concluir que a independência financeira é um importante fator para a iniciação do empreendedorismo, visto que é um caminho aquece a economia, principalmente em tempos de recessão econômica, onde as demissões são constantes, o que viabiliza ainda mais a criação do próprio negócio.

Gráfico 3 – Dificuldades durante a abertura do negócio próprio.



Fonte: Dados da Pesquisa 2016).

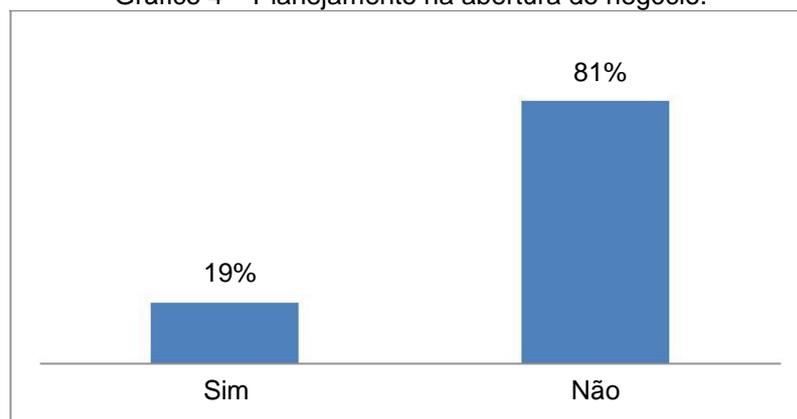


RELISE

68

O gráfico 3 demonstra que uma grande parcela dos ambulantes, isto é, 56,25% dos questionados tiveram dificuldades financeiras antes de abrir o próprio negócio, então a falta de capital para dar início ao negócio próprio é uma razão crucial para a desistência do plano, devido a isso muitas pessoas desconsideram a realização de ter um empreendimento.

Gráfico 4 – Planejamento na abertura do negócio.



Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

Através do gráfico 4, é possível constatar que 81,25% dos empreendimentos dos ambulantes questionados não foi verificada a viabilidade na implantação do negócio, ou seja, não realizam um planejamento. De acordo com Porter (apud MANDELLI, 2003), toda organização precisa estar alicerçada a um bom planejamento estratégico, e só assim ela estará menos exposta aos fatores externos que prejudicam a empresa. Em outras palavras, pode-se dizer que dificilmente há chances de o empreendimento progredir sem o empreendedor estudar como gerenciá-lo.

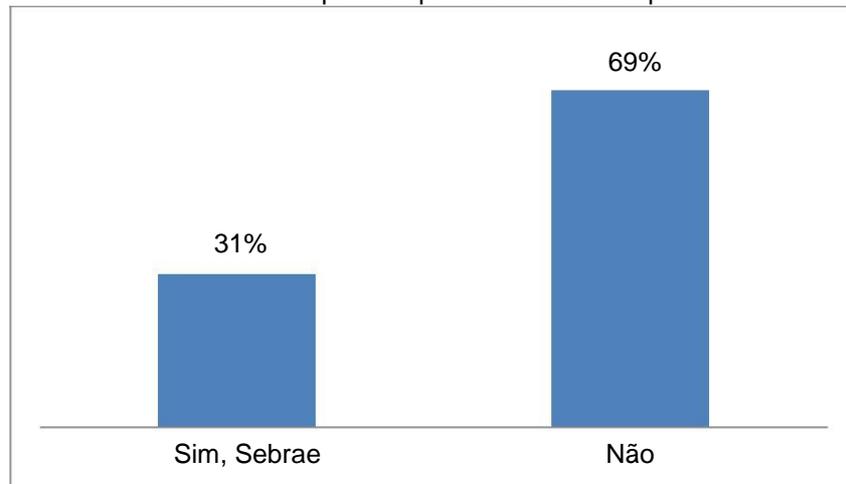
Ainda é possível afirmar que uma parte dos empreendimentos, mesmo sem a realização de um planejamento inicial, continua perdurando e mostrando que mesmo sem planejamento é possível permanecer em um negócio.



RELISE

69

Gráfico 5 – Auxílio de empresas que orientam no empreendedorismo.

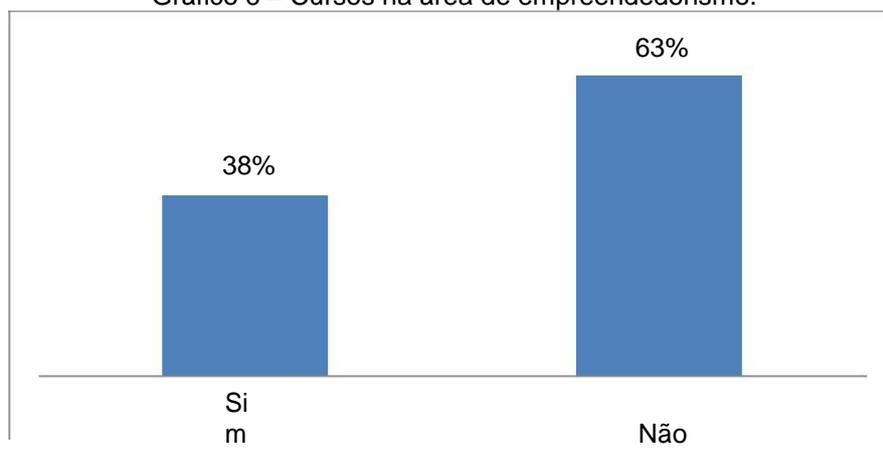


Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

O gráfico 5 indica que 68,75% dos empreendedores questionados, por algum motivo não identificado, os empreendedores não tiveram iniciativa de procurar empresas que auxiliam no empreendedorismo, mostrando uma representação negativa.

Partindo da teoria de Chiavenato (2005), o empreendedorismo é de suma importância nas organizações ou para quem está abrindo uma empresa. Ele é a força financeira, o alavancar dos planos, o incentivo de talentos, a prática de ideias.

Gráfico 6 – Cursos na área de empreendedorismo.



Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

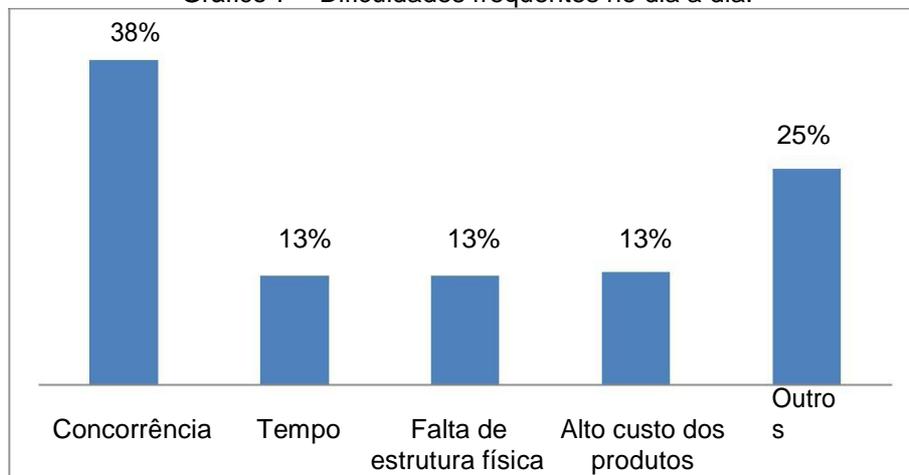


RELISE

70

O gráfico 6 revela que quando perguntado se realizaram alguns cursos para a especialização na área do empreendedorismo, os sujeitos apresentaram uma porcentagem de 62,5% dizendo que, por algum motivo pessoal, não possuem. A qualificação profissional é de fato imprescindível para o sucesso do negócio, mas tais conhecimentos não estão sendo buscados pelos ambulantes do setor alimentício, ou por falta de informação ou dificuldade financeira.

Gráfico 7 – Dificuldades frequentes no dia a dia.



Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

Assim como em todo segmento de negócio, a concorrência é um dos principais fatores de dificuldade para desenvolvimento, e os entrevistados confirmam isso, como mostra o gráfico 7, uma vez que 37,5% relatam que a concorrência é o obstáculo mais frequente no dia a dia.

Muitas vezes, quando se percebe que um negócio está tendo sucesso, acontecem as chamadas “réplicas de empreendimentos”, ou seja, são empresas que possuem características semelhantes aos empreendimentos iniciais, e isso dificulta de certa forma comércio daquele que já está há mais tempo no mercado.

O que garante o sucesso e o sustento desses empreendimentos é o diferencial competitivo, pois, para qualquer tipo de segmento, precisam inovar e

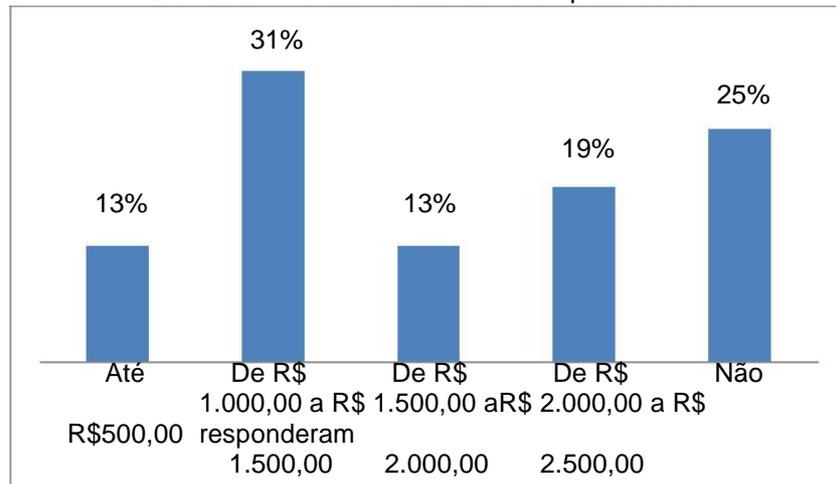


RELISE

71

oferecer algo melhor do que o seu concorrente, seja no atendimento, no espaço, no produto, dentre outros.

Gráfico 8 - Renda mensal como empreendedor.



Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

A instabilidade econômica vivenciada pelos brasileiros nos últimos anos fez com que muitas pessoas buscassem novas maneiras de ganhar dinheiro, e empreender foi uma possibilidade para alcançar a estabilidade financeira, e a partir desse questionário, foi possível identificar a renda dos trabalhadores em questão.

Dos 16 ambulantes que aceitaram responder ao questionário, somente 12 responderam à pergunta sobre os valores de suas respectivas rendas mensais. O gráfico 8 revela que a porcentagem de 41,6% se refere aos ambulantes que possuem uma renda de R\$1.000,00 a R\$ 1.500,00, pôde-se concluir, ao final da pesquisa, que esse percentual revela que a maior parte das pessoas que buscaram ser empreendedores foi para aumentar sua renda financeira e conseguiram obter êxito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

São perceptíveis as mudanças corriqueiras que acontecem no mundo dos negócios, independentemente do ramo no qual está inserido, visto que o



RELISE

72

mercado necessita de adaptações recorrentes. A partir dessa perspectiva, foi possível concluir através da pesquisa que os ambulantes do setor alimentício da cidade de Juazeiro do Norte são empreendedores tanto pela necessidade de trabalho, como também são pessoas que buscam a independência financeira e o aumento de suas rendas para prover o sustento de suas famílias. A pesquisa também alcançou novos questionamentos e mostrou que a grande maioria dos empreendedores não realizaram planejamentos antes de abrir o próprio negócio, não procuraram auxílio de empresas que cooperam com o empreendedorismo e também não fizeram cursos relacionados com o empreendedorismo, e, mesmo sem o auxílio das ferramentas principais no momento da abertura de um empreendimento, estão conseguindo manter seus empreendimentos há alguns anos no mercado.

Das cinco hipóteses construídas no início do trabalho, quatro delas foram confirmadas por meio das respostas adquiridas nos questionários, que são essas: passou a exercer essa profissão de ambulante por falta de oportunidade no mercado de trabalho; a vontade de empreender e gostar de trabalhar com alimentos; o indivíduo já possui um senso de empreendedor e nas horas livres busca aumentar a renda mensal; e teve um novo ponto de vista sobre o empreendedorismo.

O estudo buscou realizar a aplicação de um questionário, com 25 empreendedores do setor alimentício, mas somente 16 pessoas responderam ao questionário, as demais alegaram não ter tempo para responder e também se mostraram inseguras temendo ser algum tipo de fiscalização.

Quanto ao objetivo, para identificar quais foram os motivos que essas pessoas tiveram para mudar o cenário no qual estavam e buscarem uma segunda alternativa, que, neste caso, é o de empreendedores ambulantes do ramo alimentício nos logradouros da cidade, o objetivo foi alcançado ao perceber que essas pessoas buscavam um meio de trabalho que lhe proveesse uma renda financeira maior que a renda que os mesmos dispunham antes de



RELISE

73

entrarem para o negócio do empreendedorismo, ter uma flexibilidade de horário, podendo assim trabalhar no horário mais conveniente para o mesmo, e também foi uma forma de complementação de renda para algumas pessoas que não deixaram seus empregos, mas nos horários de folga buscam empreender.

Por meio desta pesquisa, constata-se que os ambulantes do ramo alimentício precisam ter um olhar mais dinâmico, realizando planejamentos estratégicos, e não se deixando acomodar, observando que é imprescindível se inovar para dar continuidade e crescimento ao seu próprio negócio. Deste modo, faz-se necessário uma qualificação profissional, no intuito de alinhar as práticas empreendedoras com as exigências do mercado.

Para pesquisas futuras, sugere-se que sejam realizados estudos com empreendedores que apliquem de fato a gestão de mudanças no seu negócio, para assim poder demonstrar com mais abrangência os benefícios que uma determinada operação comercial pode ter ao quebrar seus paradigmas e alcançar novas fatias de mercado.

REFERÊNCIAS

ABRAHAMSON, Eric. **Mudança Organizacional**: uma abordagem criativa, moderna e inovadora. São Paulo: M. Books do Brasil, 2006.

ADIZES, Ichak. **Gerenciando as mudanças**: o poder da confiança e do respeito mútuos. 4. Ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

AGUILERA, José ; LAZARINI, Luiz. **Gestão estratégica de mudanças corporativas**. São Paulo: Saraiva, 2009.

ANDRADE, Maria. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

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



RELISE

74

CACCIAMALI, M. C. **A economia informal 20 anos depois.** Indicadores Econômicos – FEE, Porto Alegre, v.21, n.4, jan., 1994.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.

CHIAVENATO, I. ; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico:** fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DEAL, T.; KENNEDY, A. **Corporate Culture:** the rites and rituals of corporate life. Massachusetts: Addison-Wesley, 1982.

DEGEN, R. J. **O empreendedor:** fundamentos da iniciativa empreendedora. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DEGEN, R. **O empreendedor:** empreendedor como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** São Paulo: Cultura, 1999.

FREIRE, L. **Empreendedorismo:** fundamentos conceituais. In: encontro nacional de empreendedorismo, iii, Florianópolis/SC, 2001. Anais... Florianópolis: ENE, 2001.

GIL, Antônio. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAYES, J. **The Theory and practice of change management.** New York: Palgrave, 2002.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo.** 5. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo.** 9. Ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

HUGON, Philippe. **O setor informal:** balanço de 25 anos trabalho. Ensaio FEE. Porto Alegre, v.18, n.2, p.32-63, 1997.

KURATKO, D. F.; HODGETTS, R. M. **Entrepreneurship:** a contemporary approach. The Dryden Press series in management, TX – USA, 1995.



RELISE

75

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LIMA, S. **Mudança organizacional: teoria e gestão**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

MANDELLI, Pedro; LUCAS, Reinaldo; VIVEIROS, Cláudio; PIERROTTI, Francisco; LORIGGIO, Antônio e AYRES, Luiz. **A disciplina e a arte da gestão das mudanças nas organizações**. 3. Ed. Rio de Janeiro Elsevier, 2003.

MARCONI, Marina; LAKATOS, Eva. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, Marina; LAKATOS, Eva. **Metodologia científica**. 5. Ed. São Paulo: Atlas S.A, 2011.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MAXIMIANO, Antônio. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MILLER, David. **Gestão de mudança com sucesso**. São Paulo: Integrare, 2012.

OLIVEIRA, M. A. **A dinâmica da mudança: fatos geradores e geradores de fatos nas empresas**. São Paulo: Nobel, 1995.

PINCHOT, Gifford. **Intrapreneuring: porque você não precisa deixar a empresa para ser um empreendedor**. São Paulo: Harbra, 1989.

QUELHAS, O.; França, S. **Análise de fatores para gestão de mudanças: Gestão do Conhecimento, Intra-empendedorismo e Engenharia de Resiliência**. Fortaleza: XXVI ENEGEP, nov. 20.

SALIM, C. S.; NASAJON, C.; SALIM, H.; MARIANO, S. **Administração empreendedora: teoria e prática usando o estudo de caso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SALIM, C. S; SILVA, N. C. **Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTOS, M. S. S. **Gestão de mudanças organizacional: uma revisão teórica**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2014.

Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 3, n. 2, p. 48-76, mar-abr, 2018

ISSN: 2448-2889



RELISE

76

SILVA, A. R. et al. **Projeto Qualidade Ambulante**: uma proposta de melhoria ao empreendedor informal. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL PROCESSO CIVILIZADOR – TECNOLOGIA E CIVILIZAÇÃO, 9., 2005, Ponta Grossa. Anais... Ponta Grossa: UTFPR, 2005. Disponível em: <http://www.pg.utfpr.edu.br/ppgep/Ebook/cd_Simposio/artigos/comunicacao_or_al/art1.pdf> Acesso em: 23 nov. 2016

TOKMAN, V. E. ; SOUZA, P. R. **El sector informal urbano en América Latina**. Revista Internacional del Trabajo. v.94, n.3, nov.- dez, 1976.