

## **Empreendedorismo e inovação como estratégia de negócio: estudo de caso em um salão de beleza localizado em São Gonçalo/RJ**

*Entrepreneurship and innovation as a business strategy: case study in a beauty salon located in São Gonçalo/RJ*

Gyselle de Souza de Araújo  
Sonia Maria de Carvalho Silva

### **RESUMO**

O presente artigo tem como tema principal o empreendedorismo e a inovação que são estratégias fundamentais, pois através delas pode-se criar na organização soluções criativas e funcionais. Busca conceituar o empreendedorismo, retratando opiniões de alguns autores sobre o referido tema e propondo ações empreendedoras para a empresa alvo. Tem como objetivo identificar as principais dificuldades e desafios encarados por um salão de beleza, localizado em São Gonçalo/RJ. Apresenta os princípios do empreendedorismo e da inovação como uma ferramenta capaz de solucionar os problemas identificados. Quanto aos fins a pesquisa classifica-se como exploratória e descritiva. Quanto aos meios, recorreu-se a pesquisa bibliográfica e de campo. Foi realizado um estudo de caso, por meio dos seguintes instrumentos de pesquisa: um questionário e uma entrevista que permitiram a realização de análises sobre os dados obtidos com o gestor do salão de beleza pesquisado. O estudo de caso apresentado serviu para constatar que o salão de beleza pesquisado não utiliza dos princípios que regem o empreendedorismo e não possui um empresário com o perfil de um empreendedor, cabendo ao negócio pesquisado empregar ferramentas administrativas inovadoras, visando atingir uma gestão mais eficaz.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo. Empreendedor. Inovação. Estratégia de Negócio.

### **ABSTRACT**

*The main theme of this article is entrepreneurship and innovation, which are fundamental strategies, because through them one can create in the organization creative and functional solutions. This article seeks to conceptualize entrepreneurship, portraying opinions of some authors about the subject and proposing entrepreneurial actions for the target company. It aims to identify the main difficulties and challenges faced by a beauty salon, located in São Gonçalo / RJ. It presents the principles of entrepreneurship and innovation as a tool capable of solving the problems identified. As for the purposes, the research is classified as exploratory and descriptive. As for the media, we used bibliographical and field research. A case study was carried out through the following research instruments: a questionnaire and an interview that allowed the analysis of the data obtained with the salon manager. The case study showed that the beauty salon researched does not use the principles that govern entrepreneurship and does not have an entrepreneur with the profile of an entrepreneur, and*

*the researched business has to employ innovative administrative tools in order to achieve a more efficient management.*

**KEYWORDS:** *Entrepreneurship. Entrepreneur. Innovation. Business strategy.*

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por meta, evidenciar a necessidade de uma atitude empreendedora como estratégia para atingir o desempenho esperado pela organização pesquisada.

O crescimento da competitividade exige das empresas estratégias para se destacar no mercado. O empreendedorismo e a inovação são estratégias fundamentais, pois através deles pode-se criar na organização soluções criativas e funcionais. Buscando oportunidades, inovando, assumindo riscos com a intenção de obter o crescimento.

Sendo assim, este trabalho busca conceituar o tema em questão, retratando opiniões de alguns autores sobre o empreendedorismo e o processo de inovação, como estratégias para alcançar melhores resultados, propondo ações empreendedoras para a empresa alvo.

Atualmente, o ambiente corporativo está cada dia mais competitivo e com mudanças mais aceleradas, as empresas que querem ser bem sucedidas neste ambiente do século 21 precisam rever e se questionar sobre o seu negócio continuamente e redefini-lo sempre que for necessário.

Para executar a inovação no negócio, a empresa precisa mudar a sua maneira de pensar e aprender a trabalhar com a experimentação, cujos resultados podem levar algum tempo para serem obtidos.

Os administradores acabam cometendo alguns erros para aplicar a inovação em sua empresa, elas surgem e crescem, mas continuam com os mesmo aspectos administrativos, físicos e visuais. Segundo, Robbins (2005), nem todos os gerentes e administradores são empreendedores, uma vez que gerente tradicional é aquele que gerencia os recursos de produção, mas sem inovação, buscando uma estabilidade. Dessa forma, o autor ressalta a importância do administrador empreendedor, ou seja, uma pessoa confiante em sua capacidade, que aproveita oportunidades de inovação e que não só espera as surpresas, mas as capitaliza.

Dornelas (2005) reforça essa ideia quando diz que o empreendedor é um administrador, mas diferente daqueles padrões tradicionais, pois é mais visionário.

O presente artigo visou responder a seguinte questão: Por que empreendedorismo e inovação podem ser utilizados como estratégia para obtenção de melhores resultados em uma empresa?

Todavia, é importante ressaltar que a presente pesquisa refere-se ao estudo de caso sobre um salão de beleza que atua desde 2013, no município de São Gonçalo/RJ, com atividades focadas no ramo de beleza e estética. Observou-se que a empresa pesquisada, assim como tantas outras, apresenta dificuldades no campo do empreendedorismo e da inovação, como forma de garantir a manutenção das necessidades básicas do próprio negócio.

Durante a aplicação da pesquisa foi elaborado um questionário e uma entrevista, direcionados ao proprietário do salão de beleza pesquisado. E, com base nos encaminhamentos propostos pelos autores pesquisados, pretende-se sugerir algumas ações empreendedoras, focadas na resolução das dificuldades detectadas por meio da pesquisa de campo desenvolvida.

O principal objetivo deste artigo é identificar as principais dificuldades, obstáculos, limitações e desafios encarados pelo salão de beleza pesquisado, a fim de apresentar os princípios do empreendedorismo e da inovação como uma ferramenta capaz de solucioná-los.

Assim sendo, este trabalho está estruturado em cinco seções: a parte introdutória, seguida da Revisão da Literatura, em que apresenta-se o referencial teórico sobre o empreendedorismo, com foco nas seguintes questões: processo histórico do termo, conceito do empreendedorismo, características do empreendedor, conceito de inovação e a importância da estratégia. A terceira seção trata da metodologia de pesquisa utilizada; na quarta são evidenciados os resultados obtidos e, por fim, as considerações finais.

Cabe considerar que, devido à crise econômica que o país atravessa, as empresas precisam cada vez mais inovar para atrair clientes, que enfraquecidos financeiramente, estão cada vez mais à procura de serviços com maior valor agregado e menor custo possível.

Sobre esta ótica, o tema empreendedorismo e inovação é abordado como uma estratégia de negócio para obtenção de melhores resultados da microempresa pesquisada, pois a cada dia surgem novos empreendimentos, os empreendedores investem cada vez mais no crescimento da sua organização e buscam, dessa forma, crescer profissionalmente, levando em conta os aspectos positivos e negativos de seu próprio negócio.

É preciso entender que os riscos de se empreender existem, e que manter uma empresa estabilizada em um mercado altamente competitivo, oferecendo produtos e serviços de qualidade e preços mais acessíveis em meio a esta crise econômica que atravessa o país, é o grande desafio a ser encarado.

Sendo assim, o empreendedorismo se torna fundamental nos dias atuais, tendo em vista, a necessidade de criar novos serviços, ou melhorar os já existentes em uma empresa, com o intuito de criar um diferencial competitivo, através de inovadoras estratégias de negócio, tendo como meta o crescimento da empresa.

As informações, orientações e esclarecimentos relacionados neste estudo, visam ainda auxiliar no aperfeiçoamento da empresa em questão, propondo a implantação de soluções inovadoras, voltadas para o seu crescimento e desenvolvimento em relação ao mercado em que atua, podendo ser usado por outras empresas que atravessam este mesmo ciclo estrutural.

## **2. REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1 Processo Histórico do Empreendedorismo**

Na idade média, o empreendedor era tido como aquele que administrava grandes projetos de produção, tais como: castelos, prédios públicos e fortalezas. Apenas no século XVII o empreendedorismo passou a ser relacionado com a questão do risco e com o perfil do profissional daquela pessoa que estabelecia contratos com o governo para desempenhar um serviço ou produto e arcar com os lucros ou prejuízos. Já no século XVIII já passaram a ser vistos como aquelas pessoas que possuíam uma ideia e necessitavam de recursos financeiros para a execução de um novo produto (HISRICH; PETERS, 2004).

Quando o regime econômico rural cedeu lugar ao mercantilismo, o ato de empreender passou a significar a mobilização dos meios para fins, usando uma maneira diferente daquela que era usualmente utilizada pela sociedade. Logo, empreender passou a significar o mesmo que renovar. E, apenas no século XVIII, a empresa passou a adquirir um conceito mais moderno, ou seja, a empresa começou a ser vista como um sistema de produção capitalista, estabelecimento de produção e estabelecimento industrial (SOUZA, 2005).

Filion (1999a) afirma que, segundo as principais teorias surgidas sobre a questão do empreender, logo termo *entre preuner* teve seus primeiros passos na França. No século XII, o termo foi utilizado para indicar “aquele que incentiva brigas”. Já no século XV, surgiu a definição de “alguém que assumia alguma tarefa”. No século XVI, o termo empreender passou a ser visto como “alguma ação bélica, violenta”, ou seja, o termo estava relacionado a aqueles que assumiam responsabilidades e dirigiam ações militares. Sendo assim, no início do século XVIII, foi definido como aquele que identifica uma oportunidade de negócio e assume o risco para a sua execução. Cabendo colocar que esse entendimento se manteve até os dias atuais.

Segundo Masiero (2007.p.407) o termo empreendedor foi adquirindo ao longo dos tempos o significado de uma pessoa que se envolve em um projeto de risco pelo qual um lucro impreciso poderia ser obtido. No século XX, a importância do papel das empresas em uma sociedade organizacional se desenvolveu expressivamente. Com o processo de globalização o mercado ficou mais complexo e orientado à qualidade e à satisfação do cliente.

No século XXI o empreendedor é visto como aquele indivíduo que possui características que incluem a capacidade de criar, inovar e serem flexíveis. Logo, o empreendedor é aquele responsável pela nova concepção de organização (SOUZA, 2005).

Estudos comprovam que a prática do empreendedorismo está diretamente relacionada com o crescimento econômico das nações. E apontam que apenas a partir da revolução industrial na Inglaterra e advento do capitalismo - século XVIII, os desenvolvimentos das nações passaram a ser mais expressivos. Aumenta o *status* e as recompensas pelo ato de empreender que antes não era visto na evolução histórica (PELEIAS ET AL, 2007).

## **2.2 Conceitos de Empreendedorismo**

No que se refere a empreendedorismo, podemos conceituar o tema através da ótica de vários autores, que estudam sobre o tema, vejamos alguns deles:

De acordo com Chiavenato (2004, p. 346) o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de forte sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades que passam despercebidas para os outros. Com todo esse arsenal transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da organização ou da comunidade.

Empreender está relacionado, com a capacidade que o indivíduo tem de identificar potenciais oportunidades, e transformá-las em ramos de negócios. Para empreender é preciso arriscar, tornar aquela oportunidade em algo concreto, e realizar os planos propostos e como diz o autor, fazer as coisas acontecerem, com o intuito de garantir benefícios tanto para ele como para a empresa.

Dornelas (2007, p. 37), define o empreendedor como, “aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ele, assumindo riscos calculados”. o empreendedor precisa assumir riscos para ter sucesso, um empreendedor deve sempre estar atento às inovações e as oportunidades que surgem, e precisa calcular os riscos com o intuito de minimizar prejuízos futuros, caso o empreendimento não obtenha sucesso.

Segundo Drucker (1987, p. 36), o empreendedor “é aquele que sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade”.

Dolabela (2003, p. 38), nos traz outra forma essencial ao empreendedorismo, à capacidade de transformar a ideia em ação, quando propõe o conceito de que “é empreendedor, em qualquer área, alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

Empreender de acordo com os autores se relaciona com a capacidade de reação a mudança, bem como a concretização de uma idéia em uma ação que traga benefícios próprios e coletivos. Empreender significa estar atento ao mercado, e sensível as mudanças, e através disso tornar essas mudanças em uma grande oportunidade de negócio. A sensibilidade às mudanças e a capacidade de tirar proveito de um cenário instável como o de mudança são atributos que norteiam a vida de um empreendedor.

Portanto, o empreendedorismo é a capacidade de identificar oportunidades e inovar através delas, oferecendo produtos ou serviços diferenciados. Oferecer algo que impacte que traga maiores benefícios próprios ou coletivos, empreender está relacionado na reação do empreendedor em relação às mudanças, tornando cenários instáveis em potenciais oportunidades de negócios.

### **2.3 Características do Empreendedorismo**

Diferentes autores apontam que não existe, um modelo padrão de empreendedor, o que existem são características que encontramos em comum em empreendedores, e que nos faz idealizar um “perfil empreendedor”.

Segundo Araujo (2004, p.219), para entender melhor o que significa ser empreendedor, segue algumas características marcantes que são essenciais:

*Arrojado:* definem metas desafiadoras, visão clara no longo prazo e objetivos de curto prazo, mensuráveis e calculistas possui metas claramente definidas e sabe exatamente onde querem chegar, e como;

*Autoconfiante:* a pessoa empreendedora acredita em si, fato que faz a pessoa se arriscar mais, ousar, oferecer-se para realizar tarefas desafiadoras, enfim, torna-a mais empreendedora;

*Busca informação:* sempre buscar saber mais e mais, é preciso saber também filtrar os dados de forma a transformá-los em informações úteis para o sucesso da organização;

*Busca oportunidades:* a pessoa empreendedora está sempre buscando novas oportunidades e uma forma de aproveitá-las;

*Capaz de persuadir:* como verdadeiro líder, possui alta capacidade de influenciar ou persuadir os outros com bons argumentos, de forma a fazer de seus objetivos os objetivos comuns;

*Comprometido:* é a característica da pessoa empreendedora, estar envolvido de corpo e alma em seus projetos; para tanto não mede esforços e exerce sacrifícios pessoais para realização dos projetos.

*Exigente:* sendo uma pessoa extremamente exigente consigo mesma, busca fazer sempre o melhor;

*Inovador:* busca realizar suas tarefas de maneira nunca vista, sendo uma característica marcante essa busca pelo essencialmente novo;

*Negociador:* negociar nos limites não é para qualquer um;

*Otimista:* é importante que não se confunda o otimista com um sonhador; pelo contrário, o otimista é alguém que acredita nas possibilidades que o mundo oferece, acredita na possibilidade de solução, no potencial de desenvolvimento;

*Persistente:* deve ser capaz de persistir até que os obstáculos sejam superados e tudo comece a funcionar adequadamente.

As características listadas pelo autor definem que um empreendedor deve ser otimista, alguém que acredita nas possibilidades que o mundo oferece, dedicado ou comprometido, dedica-se completamente ao negócio, envolvendo-se de corpo e alma, não medindo esforços para o alcance e a realização de seus objetivos determinado e persistente, capaz de persistir até que os obstáculos sejam superados. Cabe ressaltar que estas características podem ser desenvolvidas por qualquer pessoa, embora muitos empreendedores sejam mais sensíveis a desenvolvê-las naturalmente.

Cabe colocar que embora estas características sejam fundamentais para que empreendedores obtenham êxito nos seus empreendimentos, não são regras que determinam o sucesso ou o fracasso de uma empresa. Mas estas características incorporadas ao dia a dia podem ser de grande valia para a evolução do empreendedor, aprimorando-o cada vez mais em meio a um mercado bastante competitivo.

## **2.4 Conceitos de Inovação**

Vivemos em um mundo de constantes mudanças, que estão ocorrendo cada vez mais rápido, devido ao avanço da tecnologia e velocidade com que se passam as informações, hoje

ouvimos muito falar sobre inovação, principalmente nas organizações que precisam se manter competitivas no mercado.

Segundo Bateman; Snell (1998, p. 36), a inovação é a introdução de novos bens e serviços. Uma empresa deve adaptar – se as mudanças nas demandas de consumo e as novas fontes de competição... Uma empresa deve inovar ou morrerá. Assim como as outras fontes de vantagem competitiva, a inovação vem das pessoas e isso deve ser uma meta a ser administrada.

A inovação traz consigo muitas vezes o sucesso, mas para a isso os executivos devem ter confiança e não ter medo do desconhecido.

Confiança deve estar em primeiro plano em sua ordem do dia. Se algum dia perdê-la logo descobriremos que precisamos dela mais do que nunca - e talvez ela esteja fora de seu alcance. Confiança não é apenas 'recomendável'. É crucial para a eficiência de uma organização. É o resultado principal da estabilidade. As pessoas sabem com quem contar e o que esperar como consequência de suas ações (DAUPHINAIS, 1999, p. 49).

Ao observar a empresa como um conjunto de processos pode-se criar condições para que se consiga a redução de custos, tempo e ainda a melhoria dos processos e consequentemente nos negócios.

As inovações são criadas a partir das interações sociais, quando o conhecimento apropriado pelos agentes individuais interage num domínio de conhecimento específico dentro da organização. Dessa forma, a inovação permite agregar valor econômico aos bens e serviços, a partir das novas capacidades da organização fornecidas pelo processo e criação de conhecimento (DÁVILA, 2008, p.106).

## **2.5 A Importância da Estratégia**

As empresas precisam utilizar instrumentos para garantir o desenvolvimento e a permanência no mercado. Para que isso ocorra, é preciso que medidas estratégicas sejam adotadas na organização. Uma importante condição para que empresas competitivas se mantenham no mercado, está ligada à definição de seus objetivos e dos possíveis caminhos a serem seguidos para atingi-los.

Segundo Kotler (2000, p. 67) “o segredo das empresas bem sucedidas no mercado se deve ao fato de praticarem frequentemente a arte do planejamento estratégico”.

Através de estratégias as organizações podem obter vantagens sobre seus concorrentes, visando diretamente às ações do mercado buscando identificar as oportunidades e ameaças no seu ambiente operacional.

Para Oliveira (2006, p. 194) “estratégia é definida como um caminho, ou ação formulada e adequada para alcançar, de maneira diferenciada, as metas, e os objetivos estabelecidos, no melhor posicionamento da empresa perante seu ambiente”.

O empreendedor deve desenvolver diversas estratégias, observando os concorrentes e o comportamento do mercado e assim aplicando estas estratégias nos momentos corretos, contribuirão para o crescimento da empresa.

Tiffany; Peterson (1996, p. 9) lembra que: “o ontem é diferente do hoje que será diferente do amanhã, portanto planejar essas diferenças é uma forma de se adiantar os fatos desconhecidos e incertos, ou seja, planejar é uma estratégia para sobreviver”.

### **3. METODOLOGIA**

Quanto aos fins da pesquisa, a metodologia utilizada envolveu a pesquisa de campo, exploratória e descritiva, pois teve como alvo principal investigar as principais dificuldades de gestão encontradas pelo negócio pesquisado que compôs o presente estudo da caso. Cabendo ressaltar que diante dos entraves detectados, recorreu-se aos princípios do empreendedorismo e da inovação como forma de sugerir algumas ções.

Quanto aos meios, a pesquisa realizada recorreu a pesquisa bibliográfica e de campo. Foi realizado um estudo de caso, por meio dos seguintes instrumentos de pesquisa: um questionário e uma entrevista que permitiram a realização de análises sobre os dados obtidos com o gestor do salão de beleza pesquisado.

Durante a aplicação do questionário foi possível identificar as principais características do gestor (dedicação, caráter inovador, criatividade e perseverança), as características do próprio negócio, ou seja, da empresa (planejamento e operacional), além das condições ambientais (satisfação do cliente e concorrência). E, por meio da realização da entrevista objetivou-se obter maiores detalhes sobre o perfil do gestor e do próprio negócio, a fim de apresentar os princípios do empreendedorismo e da inovação como uma forma capaz de solucionar as principais dificuldades e limitações detectadas.

Referente aos objetivos, a pesquisa pode ser classificada como exploratória e descritiva, pois a pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com o problema com o intuito de torná-lo explícito ou de construir hipóteses.

Após a conclusão da coleta dos dados, as respostas do questionário e da entrevista foram avaliadas para identificar até que ponto a empresa pesquisada possui um perfil empreendedor

e inovador para, em seguida, apresentar algumas avaliações e possíveis soluções, de acordo com o referencial teórico utilizado. Concluída a descrição das respostas, realizou-se a análise e interpretação dos dados colhidos com base nos princípios do empreendedorismo e da inovação.

#### **4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

##### **4.1 O Salão de Beleza**

Cabe ressaltar que os dados relatados, a seguir, foram obtidos com o gestor da empresa pesquisada, por meio da aplicação de um questionário, e de entrevista, aplicados durante as visitas técnicas ocorridas nos meses de setembro e outubro de 2019.

O Salão de beleza em questão foi fundado em 04/10/2013 por seu atual gestor, que antes de abrir seu próprio negócio, trabalhou anos como cabeleireiro, poupando seu dinheiro mensalmente, solteiro e sem filhos, e assim, em 4 anos conseguiu abrir seu próprio negócio. Localizado na cidade de São Gonçalo, no bairro da Venda da Cruz, o salão possui uma estrutura física composta de uma ampla sala dividida entre os serviços de cabeleireiros e manicures, um espaço reservado onde são realizadas depilações e uma recepção que também funciona como caixa/financeiro e onde são realizadas as marcações de serviços que podem ser feitas também pelo telefone.

A empresa possui uma equipe composta por 5 colaboradores: 1 gestor que também possui a função de cabeleireiro; 2 manicures e pedicures; 1 especialista em depilação e 1 recepcionista. O salão funciona de terça a sábado, no horário de 08:00 às 19:00 e atende mulheres e homens de todas as idades, oferecendo serviços de estética capilar, manicure, pedicure e depilação.

Foi identificado durante as visitas realizadas ao local, que a empresa não possui definição de missão, visão e valores. Observou-se que o proprietário da empresa, embora seja dedicado, não possui uma visão de negócios mais ampla e um conhecimento adequado do seu mercado, pois não realiza um marketing de qualidade e não trabalha com estratégia. Observou-se que os móveis estão um pouco danificados e, embora o atendimento seja com hora marcada, nos dias de movimento o tempo de espera é grande.

Com base nas pesquisas bibliográficas realizadas, acredita-se que por meio dos princípios da inovação e de estratégias pode-se auxiliar o proprietário do salão pesquisado na obtenção de melhores resultados, uma vez que identificamos nele algumas características empreendedoras.

## 4.2 Descrição dos Resultados

Segue, abaixo, os resultados de cada eixo pesquisado durante o processo de aplicação do questionário respondido pelo proprietário do salão de beleza pesquisado:

*1º EIXO - CARACTERÍSTICAS DO EMPRESÁRIO (Dedicação e caráter inovador):* Por meio das respostas referentes ao 1º eixo, observa-se que nem o negócio e nem perfil do empresário estão de acordo com os princípios preconizados pelo empreendedorismo. Cabe colocar que o empresário do salão de beleza pesquisado, assim como todos os gestores de pequenos negócios, vivenciam um panorama de constantes diversidades, pois o cenário econômico do país está turbulento e incerto, além disso o mercado tem se mantido, cada vez mais, competitivo e exigente. Portanto, cabe colocar que, com base nas respostas apresentadas acima e nos autores pesquisados, o dono do salão de beleza em questão não apresenta um perfil que possa ser identificado como o de um verdadeiro empreendedor. Pois, de acordo com Timmons (1978 apud FILION, 2000), um empreendedor de sucesso possui as seguintes características: inovador, criador, corredor de riscos moderado, orientador através de metas, centralizador e autoconfiante.

*1º EIXO - CARACTERÍSTICAS DO EMPRESÁRIO (Criatividade e Perseverança):* Por meio das respostas, referente a esse eixo observa-se que as características de criatividade e perseverança ficam comprometidas pelo perfil do empresário do salão de beleza pesquisado. Cabe colocar que diferentes autores apontam que o empresário, possuidor de um perfil empreendedor, deve atuar como um gerador de idéias e deve ainda ter capacidade para gerar grandes e boas concepções do negócio, pois somente assim será capaz de gerar grandes vantagens competitivas, junto aos seus concorrentes.

*2º EIXO: CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA (Planejamento):* Nesse quesito identificaram-se respostas negativas que demonstram que o planejamento é algo escasso na empresa pesquisada, tratando-se de uma falha gravíssima, na medida em que a maioria dos autores pesquisados aponta que uma das peças chave do empreendedorismo, talvez a mais importante delas, é o planejamento empresarial. Pois, ele refere-se ao processo que serve para ajudar a empresa alcançar metas e objetivos, evitar perda de recursos, desperdício de tempo e dinheiro, atrasos de trabalhos, recuo no mercado e perda de competitividade.

*2º EIXO: CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA (Operacional):* cabe colocar que a administração financeira de uma empresa conduzida por um gestor empreendedor é uma das principais ferramentas, capazes de manter uma empresa organizada e capaz de gerar lucros de forma eficaz e eficiente, onde o gestor irá definir qual a melhor forma de administrar seus colaboradores, bens, serviços e lucros. Portanto, a importância do planejamento financeiro e estratégico é indispensável para que a empresa possa desenvolver uma boa estratégia.

*3º EIXO - CONDIÇÕES DO AMBIENTE (A satisfação do Cliente):* cabe colocar que, para o empreendedorismo o cliente deve ser o foco do negócio e sua opinião sobre os serviços ofertados deve ser um dos principais indicadores de um negócio de sucesso. Diferentes autores afirmam ainda que, somente um empreendedor possui a clara visão de que o ato de satisfazer um cliente e suas expectativas, sabendo que esse é o que alavanca qualquer negócio, principalmente em um salão de beleza, cuja clientela coloca-se de forma mais exigente. Cabendo reforçar que, quando um cliente tem suas expectativas atendidas, as chances do seu retorno serão muito maiores. Portanto, o não atendimento as expectativas e necessidades dos clientes podem gerar insatisfação do cliente com o os serviços prestados. Por outro lado, com base nos princípios do empreendedorismo, quando os serviços ofertados surpreendem positivamente os clientes, a satisfação pode gerar fidelidade, além de servir como referência para a conquista de novos clientes.

*3º EIXO - CONDIÇÕES DO AMBIENTE (concorrência):* por meio das respostas dadas foi possível observar que o salão pesquisado não desenvolve ações expressivas, focados na concorrência. E, segundo a lógica do empreendedorismo torna-se fundamental conhecer, primeiramente, as próprias características da empresa: serviços ofertados, porte da empresa, localização preço, comunicação, especialização, existência de atendimentos personalizados. Sendo assim, depois deste processo é que a empresa deve realizar o trabalho de comparação com outras empresas locais e que possuem as mesmas características. Após identificar quem são os concorrentes, a empresa deve buscar informações por meio de um processo de observação que o proprietário e seus colaboradores podem realizar, no caso de negócios de pequeno porte, assim como é o caso do salão pesquisado.

Cabe aqui apresentar, de maneira resumida, os resultados encontrados no estudo de caso desenvolvido:

- *Características do empresário:* o proprietário não possui o perfil que se espera de um empreendedor;
- *Características da empresa:* o salão pesquisado não pode ser denominado como um negócio inovador, nem muito mesmo seria possível considerá-lo com um exemplo de empresa empreendedora;
- *Condições do ambiente:* a relação com os clientes e com a concorrência também se apresentou de forma bem comprometida e insatisfatória.

Cabe aqui esclarecer que a escolha pela realização de uma entrevista com o proprietário do salão se deu após uma avaliação minuciosa das respostas, obtidas por meio da aplicação do questionário, cujo objetivo foi obter maior aprofundamento / detalhamento sobre o perfil do dono do salão e do próprio negócio, além da busca por ações e rotinas realizadas. Assim sendo, segue abaixo resumidamente, as respostas dadas durante a entrevista realizada com o proprietário do salão de beleza:

- *Perfil do proprietário:* reconheceu que precisa se aperfeiçoar mais;
- *Perfil da empresa:* ainda não é um negócio empreendedor;
- *Reflexo da crise sobre o negócio:* o movimento caiu muito nos últimos meses;
- *Principais estratégias de manutenção do negócio:* o salão não tem uma estratégia de negócio;
- *Principais problemas / dificuldades:* a queda nos atendimentos; as limitações na divulgação dos serviços; a prática de alguns procedimentos inadequados que precisam ser revistos para um melhor atendimento aos clientes; manter o quadro de manicures e fidelizar os clientes;
- *Tipos de competição e obstáculos:* a sobrevivência no mercado;
- *Falhas ocorridas:* o tempo de espera dos clientes é grande em dias de movimento;
- *Estrutura do negócio:* a oferta de serviços no ramo de estética é a principal atividade desenvolvida; o tipo de divulgação utilizada é a de “boca a boca”;
- *Pontos fortes:* a qualidade e variedade de serviços capilares ofertados, além da flexibilidade nos horários de atendimento;
- *Pontos fracos:* a divulgação dos serviços prestados; o longo tempo de espera em dias de grande movimento; a falta de algum diferencial em relação aos seus concorrentes;
- *Base de clientes:* avaliada como bem sucedida; oferece um serviço adequado; presta um bom atendimento para que os clientes saiam satisfeitos e possam divulgar a empresa e retornar;

- *O que levou o gestor a criar seu próprio negócio:* o intuito de se estabilizar financeiramente e ganhar seu próprio dinheiro;
- *Vantagens de ser dono do próprio negócio:* trabalhar por conta própria; ganhar seu próprio dinheiro, além de trabalhar fazendo aquilo que gosta que é cuidar do bem estar das pessoas;
- *Inovação:* reconheceu que tem de aperfeiçoar seu negócio para torná-lo inovador;
- *Implantação de inovações:* afirmou que enxerga possibilidades, mas reconheceu que precisa aprender mais, se aprofundar em relação a essas tendências e que precisa se aprimorar.

### **4.3 Análises dos Dados Pesquisados**

Consideramos oportuno ressaltar que os quesitos pesquisados se basearam em pontos fundamentais com relação ao empreendedorismo, apontados pelos diversos autores pesquisados. Sendo assim, cabe colocar ainda que o empreendedor deve ter o perfil de um visionário, de um catalisador das mudanças. Esse perfil o coloca a frente de seus concorrentes e os permite viver no futuro. Possui uma personalidade criativa e lida, frequentemente, melhor com o desconhecido, explorando o futuro, sempre transformando problemas em desafios e possibilidades, probabilidades, considerando todas as áreas da empresa, cabendo ressaltar que essas características não fazem parte do perfil do dono do salão pesquisado.

Ressaltamos ainda que, o empreendedorismo e o espírito empreendedor deixaram de ser nos dias de hoje somente uma característica necessária ao microempresário, pois para atuar como um empreendedor é preciso deixar de ser passivo aos acontecimentos e, ao invés de vê-los acontecer, como é o caso da postura adotada pelo empresário entrevistado. Portanto, faz-se necessário participar da sua concretização e apresentar sugestões para melhorar o ambiente de trabalho e as condições da empresa.

Diante desse contexto, o presente trabalho realizou um estudo de caso para analisar as principais características do proprietário e gestor do salão pesquisado, como forma de demonstrar as dificuldades e grandes desafios encontrados por proprietários que abrem seus próprios negócios sem possuir o perfil de um empreendedor, sem ter uma base de dados confiáveis, uma infraestrutura adequada e a adoção de práticas eficientes e eficazes, assim como foi identificado no presente estudo de caso.

De acordo com a pesquisa de campo realizada foi possível observar ainda que o empresário em questão possui uma série de limitações que se transformam em barreiras e que se apresentam como uma ameaça para seu próprio negócio. Observou-se ainda que o mesmo

não se pauta nas necessidades do negócio e nem busca se aprofundar no processo de inovação, postura que acaba criando grande desvantagem em relação aos seus concorrentes, segundo depoimento do próprio. E, seguindo o que nos indica Dauphinais et al. (1999) a questão da confiança não é apenas algo “recomendável”, mas sim necessária. Cabendo reforçar que o empresário não deve apenas entender a necessidade da inovação e sim colocá-la em prática.

Podemos concluir que a falta de inovação, de investimento pessoal e financeiro, além da falta de um perfil empreendedor, são fatores que influenciam diretamente sobre o crescimento e desenvolvimento da empresa alvo, pois como citado no decorrer deste trabalho o salão de beleza pesquisado deveria inserir na sua administração os princípios do empreendedorismo, isto é, deveria atuar de acordo com a realidade do próprio negócio e do país, a fim de que se possa adaptar as mudanças e as exigências dos clientes para que, desta forma, se consiga atingir uma vantagem competitiva.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente estudo de caso buscou identificar a importância do empreendedorismo e da inovação, apresentando como o mesmo deve ser desenvolvido para o sucesso das microempresas, sob a perspectiva dos empreendedores e dos clientes. Assim, apresentamos uma base que se refere a importância de novas ideias, de se buscar oportunidades inovadoras, de satisfazer os clientes, além das dificuldades de abrir um novo empreendimento.

Durante a aplicação da pesquisa de campo, observou-se que o empreendedor não possui plena consciência sobre a importância de investir na oferta de novos serviços; de manter constantemente informado sobre novas técnicas; além da necessidade de entender e conhecer melhor os desejos dos clientes; de fazer pesquisas de satisfação e de alterar seus processos, conforme as exigências dos seus consumidores.

Assim sendo, cabe reforçar que o estudo de caso apresentado serviu para constatar que a empresa pesquisada é pautada pela falta de utilização de princípios que regem o empreendedorismo e pela inexistência de um empresário empreendedor, cabendo ao negócio pesquisado empregar ferramentas administrativas inovadoras, visando atingir uma melhor gestão.

Com base na pesquisa realizada, propõe-se maior aprofundamento no processo de empreendedorismo, específico em empresas de pequeno porte como é o caso do salão de beleza pesquisado.

Com relação ao caso específico do salão de beleza pesquisado sugere-se levantar, junto aos clientes, qual a visão dos mesmos quanto às inovações necessárias e desejadas, visando contribuir com a referida empresa na busca de um melhor atendimento e relacionamento com seus clientes.

Assim sendo, os autores pesquisados colocam que o empreendedor tem um papel essencial no processo de inovação, pois este vislumbra antes a oportunidade para em um segundo momento ponderar os riscos, ele é capaz de desencadear, no mercado, uma nova onda de transformações e novos ciclos de negócios. Assim, a capacidade de inovar situa-se na essência da capacidade empreendedora, perfil que não foi identificado no empresário do salão pesquisado.

No caso específico das micros e pequenas empresas os autores relatam as maiores dificuldades em relação aos efeitos do aumento da competitividade, pois possuem uma estrutura organizacional mais simples. Portanto, para se diferenciar dos concorrentes faz-se necessário manter-se voltados para as tendências de mercado, para as necessidades dos clientes, e deste modo criar um ciclo de inovação para atender as expectativas dos consumidores e, por conseguinte, um maior lucro para a empresa, ações essas que o salão de beleza pesquisado não consegue desenvolver.

A inovação está estritamente ligada ao sucesso organizacional, pois ao ficarem estático as empresas correm o risco de serem superadas. Logo, é fundamental estarem constantemente em busca de novas formas de atuação, de oferta de serviços e de novos produtos, além de identificar oportunidades.

Finalmente, cabe salientar a relevância do presente estudo, pois o mesmo conseguiu demonstrar que, tanto o proprietário do salão de beleza pesquisado, quanto o próprio salão não possuem características que os identifique como um empresário ou como um negócio empreendedor, cabendo aos gestores de empresas de pequeno porte adotar ações diferenciadas sobre seus próprios negócios. Ressalta-se a importância do presente estudo, pois a maioria dos autores e administradores concentram seus estudos e avaliações sobre as grandes empresas, cabendo reforçar que os princípios do empreendedorismo também

podem e devem ser aplicados sobre às micros e pequenas empresas, uma vez que as mesmas também são responsáveis pelo desenvolvimento econômico do país.

Assim sendo, sugere-se que novas pesquisas sejam desenvolvidas e que as mesmas foquem novas pequenas empresas, considerando diferentes campos de atuação, a fim de demonstrar a importância de uma atuação que considere os princípios do empreendedorismo.

Conclui-se que o empreendedorismo e a inovação são fatores determinantes para o sucesso de toda e qualquer organização que deseje reduzir custos, aumentar a produção e obter sucesso. Porém, os diversos autores pesquisados afirmam que, isoladamente, não obterão resultados satisfatórios, sendo necessário estar em consonância com os clientes, conhecer, entender e satisfazer as suas necessidades. Buscar, constantemente, conhecimentos sobre gestão para auxiliar no alcance dos objetivos almejados. Logo, entendemos que inovar e criar um novo empreendimento requer grande esforço e dedicação, aliado ao conhecimento e perseverança.

## REFERÊNCIAS

ARAUJO, Luis César G. Teoria geral da administração: aplicação e resultados nas empresas brasileiras. São Paulo: Atlas, 2004.

BATEMAN, S. Thomas; SNEEL, A. Scott. Construindo vantagem competitiva. Atlas, 1998.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

DAUPHINAIS, Bill; et al. **Princípios de paradoxos**: como empresas de alto desempenho administram o caos, a complexidade e a contradição para atingir resultados superiores – Tradução Cláudia Maria G. Azevedo. – São Paulo: Atlas, 1999.

DAVILA, A.M.R.; SILVA, R.A.M.S.; JANSEN, A.M. Dynamics of Trypanosoma evansi outbreaks in ... **Parasitology Research**, abril, 2008. doi:10.1007/s00436-008-1021-5 ... Memórias do Instituto Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, v.91, p.106, 1996.

DOLABELA, F. **Pedagogia empreendedora**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

DORNELAS, José Carlos de Assis. Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DRUCKER, Peter. F. **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. 6.ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo. v.34, n.2, p. 5-28, abr/jun. 1999a.

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

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. Trad. Bazán Tecnologia e Linguística. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MASIERO, Gilmar. **Administração de Empresas** – São Paulo: Saraiva, 2007.

OLIVEIRA, D.P.R. de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 22. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PELEIAS, I. R. et al. O empreendedorismo e a evolução econômica das nações: ideias e conceitos para seu sucesso no brasil. **Revista de Negócios**. Blumenau. v. 12, n. 2, p. 18- 33, abr/jun. 2007.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SOUZA, E. C. L. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade. In: SOUZA, E. C. L; GUIMARÃES, T. A. (Org.). **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 3-20.

TIFFANY, Paul; PETERSON, Steven D. **Planejamento estratégico**: Série para Drurrunities. Rio de Janeiro: Campus, 1998.