



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - CADM

**FATORES DETERMINANTES DO ÊXITO DAS LOJAS VAREJISTAS
DE PRODUTOS E SERVIÇOS *PET* NO MERCADO DE
JOÃO PESSOA-PB**

GIANNINA DE MORAES GRISI

João Pessoa
Outubro 2017

GIANNINA DE MORAES GRISI

**FATORES DETERMINANTES DO ÊXITO DAS LOJAS VAREJISTAS
DE PRODUTOS E SERVIÇOS *PET* NO MERCADO DE
JOÃO PESSOA–PB**

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharela em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professor Orientador: Prof. Dr. Rosivaldo de Lima Lucena

João Pessoa
Outubro 2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M827f Moraes Grisi, Giannina de.

FATORES DETERMINANTES DO ÊXITO DAS LOJAS VAREJISTAS DE
PRODUTOS E SERVIÇOS PET NO MERCADO DE JOÃO PESSOA-PB /
Giannina de Moraes Grisi. – João Pessoa, 2017.
43f.: il.

Orientador(a): Prof^o Dr. Rosivaldo de Lima Lucena.

Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Empreendedorismo. 2. Mercado Pet. 3. João Pessoa. 4. Êxito
Empresarial. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

Ao Professor Orientador Dr. Rosivaldo de Lima Lucena

Solicitamos examinar e emitir parecer no Trabalho de Conclusão de Curso da aluna:

GIANNINA DE MORAES GRISI

João Pessoa, ____/____/ 2017.

Professor (a): Arturo Rodrigues Felinto
Coordenador (a) do SESA/CCSA/UFPB

Parecer do (a) Professor Orientador :

Folha de Aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão do Curso do Bacharelado em Administração;

Aluna: Giannina de Moraes Grisi

Trabalho: Fatores determinantes do êxito das lojas varejistas de produtos e serviços *pet* no mercado de João Pessoa – PB

Área da Pesquisa: Empreendedorismo

Data da Aprovação: ____/____/____

Banca Examinadora

Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, Doutor

Orientador

Prof^ª Paula Luciana Bruschi Sanches, Mestra

Examinador

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais, que sempre me encorajaram e me apoiaram nas minhas decisões. Que sempre se esforçaram para me ver crescer e não mediram esforços para isso. Esse trabalho é também a conclusão de um grande investimento em mim, tanto financeiro como de amor.

A Thomas e Tobias pelo carinho e por me acompanharem nas jornadas de estudos pela madrugada e também por serem os motivadores da área de pesquisa.

À família Freire pelo acolhimento, pelo incentivo, pelo carinho, pelo amor e principalmente por abrirem as portas da casa para mim todas as vezes que eu precisei comer e dormir fora de casa.

Aos meus amigos, que sempre estiveram ao meu lado nos momentos em que cansei e me motivaram a continuar esse trabalho. Ajudando também nos momentos em que precisava me distrair e descansar um pouco a mente.

À Doutora Roberta pela ajuda profissional, por chorar e rir comigo e por ter acompanhado minha apreensão com esse trabalho e a minha evolução pessoal.

Aos meus colegas de curso, pois trilhamos essa jornada juntos e com apoio mútuo, inclusive nesse processo mais exigente de Trabalho de Conclusão de Curso. Fomos uma turma unida que nos ajudávamos tanto nas mais simples atividades quanto quando houve a necessidade de lutarmos por mudanças no nosso curso.

Também não posso deixar de tecer agradecimentos ao meu professor orientador, Prof^o Rosivaldo de Lima Lucena, que também sempre se mostrou disponível e solícito a cada dúvida e a cada momento de apreensão. Também pela formação e pelos conselhos de vida.

Aos empresários que se mostraram solícitos e dispostos a ajudar uma desconhecida a se formar. Todos me trataram muito bem e foram muito gentis ao me cederem seu tempo e sua sabedoria.

Por fim, agradeço a Deus pelo recomeço de cada dia, pela força de cada dia, principalmente nos mais difíceis em que a vontade era de desistir.

GRISI, Giannina de Moraes. **Fatores determinantes do êxito das lojas varejistas de produtos e serviços *pet* no mercado de João Pessoa – PB.** Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Graduação em Administração) Universidade Federal da Paraíba, Campus I, João Pessoa-PB.

RESUMO

O presente trabalho se originou a partir da busca para responder o seguinte problema de pesquisa: quais seriam os fatores determinantes do êxito das lojas varejistas de produtos e serviços *pet* no mercado de João Pessoa-PB? Para isso, realizamos uma pesquisa qualitativa através de entrevistas semi-estruturadas com empreendedores do ramo na cidade a fim de extrairmos as experiências de vida e experiências profissionais de cada empresário entrevistado com o intuito de conseguirmos a resposta do nosso problema de pesquisa. As entrevistas foram transcritas e posteriormente estudadas e analisadas. Para isso, nos baseamos num referencial teórico que explora principalmente o empreendedorismo, os fatores de êxito empresarial, o mercado varejista e o mercado *pet*. Com isso, foi possível apresentarmos nesse trabalho quais foram as facilidades, as dificuldades e as vantagens e desvantagens desse mercado encontrados por esses empresários na cidade de João Pessoa. Através desse levantamento mencionado, podemos considerar a resposta para o nosso problema de pesquisa está ligado à busca de um atendimento de qualidade, à personalização do cliente e também pela busca contínua de aprendizado e formação profissional na área administrativa e do negócio em específico.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Mercado *Pet*. Êxito Empresarial. Fatores Determinantes.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	Problema da Pesquisa	16
1.2	Objetivos	17
1.2.1	Objetivo Geral	17
1.2.2	Objetivos Específicos	17
1.3	Justificativa	18
2	REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1	Empreendedorismo	19
2.2	Fatores de Êxito Empresarial	21
2.3	Mercado Varejista	21
2.4	Mercado <i>Pet</i>	22
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	23
3.1	Tipo de pesquisa	23
3.2	Objeto de Estudo, População e Amostra	23
3.3	Coleta de Dados	24
3.4	Análise dos Dados	24
4	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	25
4.1	Resultados Referentes ao Primeiro Objetivo Específico (Traçar o Perfil dos Empreendedores Varejistas de Produtos e Serviços <i>Pet</i> que Obtiveram Êxito em João Pessoa)	25
4.2	Resultados Referentes ao Segundo Objetivo Específico (Identificar as Principais Facilidades Encontradas por esses Empreendedores)	27
4.2.1	Empreendedor A	27
4.2.2	Empreendedora B	28
4.2.3	Empreendedor C	29
4.2.4	Empreendedora D	30
4.3	Resultados Referentes ao Terceiro Objetivo Específico (Apontar as Principais Dificuldades Encontradas por esses Empreendedores)	32
4.3.1	Empreendedor A	32
4.3.2	Empreendedora B	33
4.3.3	Empreendedor C	34

4.3.4	Empreendedora D	35
4.4	Resultados Referentes ao Quarto Objetivo Específico (Apresentar as Vantagens e Desvantagens desse Mercado em João Pessoa)	36
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
	REFERÊNCIAS	40
	APÊNDICE A - PROTOCOLO DE ENTREVISTA	42

1 INTRODUÇÃO

1.1 Problema da Pesquisa

Vivemos em um mundo globalizado, cheio de oportunidades e desafios. Enxergar essas oportunidades e ter vontade de enfrentar esses desafios não é uma característica de todos. Assim, àqueles que se propõe a encarar o cenário atual do mercado globalizado e competitivo em busca de alcançar seus objetivos existe o âmbito do empreendedorismo.

O empreendedorismo pode ser definido como uma área de negócios que envolve ações chaves, como identificar uma oportunidade e identificar as atividades envolvidas na exploração ou no desenvolvimento real dessa oportunidade (BARON; SHANE, 2007). Isto é, o indivíduo deve não apenas reconhecer uma oportunidade, mas saber aproveitá-la e desenvolvê-la de forma vantajosa.

No Brasil, a iniciativa empreendedora vem crescendo cada vez mais, segundo dados da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), em 2015, a taxa total de empreendedores chegou a 39,3% da população adulta brasileira, número bastante expressivo. Tanto no Brasil como no mundo, são várias as áreas em que um indivíduo pode escolher empreender e é nesse quesito que também envolve a ação chave da identificação das oportunidades.

Uma área de mercado que vem chamando muito a atenção dos pesquisadores e dos investidores brasileiro é o chamado Mercado *Pet*. Segundo a Associação Brasileira de Indústria de Produtos para Animais de Estimação - Abinpet (2015) “o setor *Pet* é o segmento do agronegócio relacionado ao desenvolvimento das atividades de criação, produção e comercialização de animais de estimação”. Os dados são significativos, ainda de acordo com a Abinpet o Brasil ocupa o terceiro lugar no mundo em faturamento neste mercado e de 2014 para 2015 houve um aumento de 7,6%, sem contar também que é um mercado que se matem estável no presente período de crise. Nosso País também se encontra em segundo lugar mundial em número de cães, gatos e aves canoras e ornamentais de estimação, refletindo assim um grande mercado consumidor, mesmo que indiretamente.

É um fenômeno social, as pessoas estão cada vez mais em busca da companhia de animais de estimação, muitas vezes sendo até preteridos à escolha de ter filhos, mas acabam sendo tratados como tais, o que demanda mais cuidados e mais investimentos nos animais de estimação.

Na cidade de João Pessoa podemos observar um crescente aumento de lojas de *Pet Shop*, e de pessoas que buscam cada vez serviços e produtos mais específicos para o cuidado de seus animais. Também podemos apontar a existência de empreendimentos mais antigos na cidade que vem sobrevivendo ao passar do tempo e às mudanças do mercado.

Com isso, o que se busca através desse trabalho é aprofundar-se no estudo desse mercado e mais especificamente nestes empreendimentos de sucesso. Surgindo o seguinte problema de pesquisa:

“Quais os fatores determinantes do êxito das lojas varejistas de produtos e serviços *pet* na cidade de João Pessoa-PB?”

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar quais são os fatores determinantes do êxito das lojas varejistas de produtos e serviços *pet* no mercado de João Pessoa – PB.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Traçar o perfil dos empreendedores varejistas de produtos e serviços *pet* que obtiveram êxito em João Pessoa;
- Identificar as principais facilidades encontradas por esses empreendedores na criação de seus empreendimentos;
- Apontar as principais dificuldades encontradas por esses empreendedores na criação de seus empreendimentos;
- Apresentar as vantagens e desvantagens desse mercado em João Pessoa.

1.3 Justificativa

A importância desse estudo está relacionada ao crescimento de um mercado que vem apresentando expansão, lucratividade e estabilidade, o que é economicamente bastante relevante. O mercado pet vem se expandindo e gerando uma variabilidade muito grande, vem criando boas oportunidades de negócio e de investimento, sendo assim, um tema interessante de ser estudado e conhecido mais a fundo.

A população de animais de estimação cresce proporcionalmente ao número de pessoas e cada dia mais esses animais ganham espaço dentro das casas e das famílias dos seres humanos. De acordo com Feijó e Fortes (2016) mais da metade das famílias brasileiras possuem um bichinho de estimação em casa e 63% delas tratam os *pets* como filhos.

Graças a este fenômeno o consumo de produtos e serviços voltados para este novo tipo de consumidor torna-se uma atividade econômica cada vez mais relevante. Segundo a Abinpet (2016), a população de animais de estimação no Brasil é a segunda maior do mundo e a terceira maior em faturamento.

Com isso, observamos que vem surgindo cada vez mais lojas varejistas de produtos e serviços *pet* em João Pessoa, mas que as mais antigas continuaram se mantendo e até expandindo. Nem todo empreendimento obtém êxito no seu setor de atuação, assim, foi despertada a curiosidade em estudar e compreender quais são os fatores que propiciaram o êxito dessas lojas que já se encontram há algum tempo no mercado de João Pessoa e não pereceram ante as crises econômicas e ao surgimento de cada vez mais empreendimentos nesta cidade.

O presente estudo busca analisar o processo de crescimento desta área através de entrevista com empreendedores que já estão neste ramo há um bom tempo e acompanharam em primeira mão essas evoluções, e como conseguem se manter até hoje.

Com isso, intenta-se compreender melhor quais são os fatores que levam os investidores da área a obterem sucesso. O que pode beneficiar pesquisadores da área de empreendedorismo, comportamento do consumidor e as pessoas que estejam interessadas em investir na área, sendo uma boa base para qualquer interessado no assunto.

Para isso, iremos fazer uma pesquisa em campo com empreendedores do ramo através de entrevistas semi-estruturadas, afim de atingirmos o objetivo geral proposto no início desse trabalho. As entrevistadas serão transcritas e analisadas e os resultados serão discutidos ao fim do trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão abordados os assuntos que servirão como embasamento teórico para a construção e melhor compreensão do estudo apresentado, buscando suporte técnico nos principais autores que possam esclarecer tópicos abordados neste estudo.

Para isso, serão abordados os seguintes assuntos: Empreendedorismo, Fatores de êxito empresarial, Mercado Varejista e Mercado *Pet*.

2.1 Empreendedorismo

O termo empreendedorismo é um tema que possui bastante carga literária acadêmica. São vários autores que falam sobre a temática e podemos encontrar diversas conceituações. Um citação bem abrangente é a de Baron e Shane (2007, p.06) que vão tomar o empreendedorismo não como algo concreto e metódico, mas como um processo que possui ações chave:

“o empreendedorismo, como atividade executada por indivíduos específicos, envolve as ações-chave que mencionamos anteriormente: identificar uma oportunidade – que seja potencialmente valiosa no sentido de poder ser explorada em termos práticos como um negócio (ou seja, uma oportunidade que possa produzir lucros sustentáveis) – e identificar as atividades envolvidas na exploração ou no desenvolvimento real dessa oportunidade.”

Não muito diferente da ideia retratada acima, Biagio (2012, p.03) afirma que “o empreendedorismo é a área do conhecimento dedicada a estudar os processos de idealização de empreendimentos, destacando tanto o valor de uma ideia como a sua capacidade de agregar valor ao que já existe”.

Com isso, podemos notar, mais uma vez, que o empreendedorismo se caracteriza por ser um processo, e estudar o empreendedorismo consiste em compreender como um determinado empreendimento se fez do começo ao fim ou como se pode fazer. E é isto que iremos buscar em nossa pesquisa, buscar entender as particularidades desses empreendimentos em relação aos seus processos no passado, presente e futuro.

O protagonista da atividade empreendedora é o chamado empreendedor. De acordo com Chiavenato (2012, p. 3) “o empreendedor é a pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e

inovando continuamente”; assim, podemos assumir que o empreendedor é um criador no mundo empresarial, que além de criar o seu negócio necessita estar inovando, ou criando mais, continuamente.

Há muita bibliografia e é bastante discutido no mundo acadêmico qual seria o perfil ou as características de um empreendedor. Dornelas (2015) compilou os aspectos que mais são citados referentes ao empreendedor: iniciativa para criar algo novo e paixão pelo que faz, utilizar os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico em que vive, aceitar assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

Outro dado importante são os tipos de habilidades necessárias em empreendedorismo, França e Silva (2006) propuseram uma pirâmide com essas habilidades baseada nos estudos de Hirisch e Peters (2004, p. 39):

Figura 1 Habilidades necessárias ao empreendedor



Fonte: França e Silva (2006)

Essa informação é muito útil para conseguirmos identificar nos nossos entrevistados essas habilidades e compararmos quão necessária para o êxito do seu negócio e de suas jornadas como empreendedores conferem.

2.2 Fatores de Êxito Empresarial

Nesse tópico iremos expor o que é considerado êxito empresarial, a fim de melhor contextualizarmos o que procuramos definir no nosso objeto de estudos. Segundo o Dicionário Aurélio (2010, p.899), a palavra êxito é definida como “resultado, consequência, efeito; Resultado feliz, bom sucesso, bom êxito”, na nossa pesquisa isso seria tudo aplicado no âmbito empresarial, isto é, nossa pesquisa gira em torno de empreendimentos que obtiveram um resultado feliz, um bom sucesso.

Trazendo para o lado mais acadêmico e empresarial, podemos citar Perron (2013) que em seus estudos sobre sucesso no empreendedorismo apontou cinco indicadores associados ao sucesso, sendo: atingir os objetivos previamente estabelecidos, construir uma equipe de trabalho, perenidade nos negócios, conquista financeira e reconhecimento social.

Assim, buscaremos na cidade de João Pessoa os empreendimentos *pet* que possuam esses tipos de características, nosso principal critério será tempo de atuação no mercado e expansão do negócio. Para que assim possamos analisar quais foram os fatores que levaram essas pessoas a esse patamar.

2.3 Mercado Varejista

Nosso estudo é baseado especificamente em lojas varejistas do ramo *pet*, para Levy e Weitz (2000, p.27) varejo é “o conjunto de atividades que adicionam valor aos produtos e serviços vendidos aos indivíduos para consumo próprio ou familiar”. Ou seja, o processo que faz como que os produtos e serviços sejam atraentes e levados para o consumidor final.

Uma outra definição vem de Las Casas (1993, p.87) “quando uma empresa vende ao consumidor final, ela está praticando uma atividade varejista”. Essa definição é importante pois muito do que foi apresentado a nós pelos entrevistados tem ligação direta com o fator da relação com o consumidor final, e isso foi bem relevante para o entendimento do nosso problema de pesquisa.

Las Casas(1993) ainda nos apresenta um conceito importante: o ciclo de varejo; onde os varejistas através de diminuição ou eliminação de serviços, alcançam vantagem competitiva pois conseguem oferecer preços reduzidos aos consumidores. Porém, quando se estabelecem, acabam aumentando a prestação de serviços e tendo que elevar seus preços, ficando vulneráveis aos varejistas que se encontram no início do ciclo com preços reduzidos. E o ciclo vai girando.

No nosso caso, iremos estudar as peculiaridades desse tipo de mercado especificamente no ramo *pet* de João Pessoa. Vamos procurar entender as implicações que o relacionamento com o consumidor final traz e tentar observar a existência desse ciclo nas empresas estudadas.

2.4 Mercado *Pet*

Segundo a Abinpet (2015) o setor *Pet* é o segmento do agronegócio relacionado ao desenvolvimento das atividades de criação, produção e comercialização de animais de estimação.

Assim, o mercado *pet* faz parte do ramo que envolve todos esses produtos, serviços e negócios. Como já citado anteriormente, é um mercado lucrativo e em ascensão.

Ainda segundo a Abinpet (2016), a população de animais de estimação no Brasil é a segunda maior do mundo e a terceira maior em faturamento. O crescimento do faturamento de 2015 para 2016 cresceu em aproximadamente 5%, em época de crise. A Abinpet (2016) também afirma que o faturamento do mercado *Pet* em 2016 foi de R\$18,9 bilhões, um crescimento de 4,9% em relação ao ano anterior. Desse faturamento, 67,5% foi relativo à *Pet Food*, 16,7% à *Pet Serv*, 8,1% à *Pet Care* e 7,8% à *Pet Vet*.

Sendo considerado, assim, um mercado amplo, em ascensão, porém pouco explorado academicamente e que traz muitas oportunidades de pesquisa.

1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo iremos apresentar todos os métodos utilizados a fim de obter as informações necessárias à nossa pesquisa. Foi a partir desses métodos que pudemos chegar aos objetivos traçados no início do estudo. Segundo Michel (2015), metodologia pode ser entendida como um caminho para se atingir um objetivo, é a forma ou o modo de se resolver problemas e buscar respostas.

3.1 Tipo de Pesquisa

O tipo de pesquisa utilizada nesse trabalho é a pesquisa qualitativa, segundo Minayo (2001) a pesquisa qualitativa trabalha com o universo dos significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. E de acordo com Gerhardt e Silveira (2009) a preocupação da pesquisa qualitativa está ligada a aspectos da realidade que não podem ser quantificados. Assim, o objetivo desse trabalho é o de compreender fatores qualitativos ligados a um determinado fenômeno, no caso, ao fenômeno do êxito em volta do trabalho dos empreendedores do ramo *pet*.

De acordo com as características do tipo de pesquisa escolhida, esta é classificada como uma pesquisa explicativa já que procuraremos “identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência de fenômenos” (GIL, 2008, p.28).

No nosso caso, buscaremos identificar quais são os fatores que levaram determinados empreendedores do ramo *pet* a obterem êxito em seus negócios.

3.2 Objeto de Estudo, População e Amostra

O objeto de estudo é o fenômeno do êxito empresarial de alguns empreendedores da cidade de João Pessoa no ramo *pet*.

Segundo Gil (2008, p. 89), população “é um conjunto definido de elementos que possuem determinadas características”. Assim, no nosso caso, a população escolhida para servir como base de estudo para o trabalho é o conjunto de empreendedores do ramo *pet* da cidade de João Pessoa, estes foram selecionados para que se fosse possível compreender o fenômeno do êxito empresarial nesse ramo.

Ainda segundo Gil (2008, p. 90), a amostra pode ser definida como “subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população”. Com isso, contamos com uma amostra por

acessibilidade de quatro empreendedores da cidade de João Pessoa de sexo, idade e formações variadas, já que a característica exigida da nossa população é apenas que sejam empreendedores de sucesso no ramo. Assim, foi possível analisar os dados a partir de vários contextos e conseguir extrair a parte de informação que fosse necessária.

3.3 Coleta dos Dados

A técnica de coleta de dados que resolvemos utilizar foi o método da entrevista semi-estruturada, de acordo com Marconi e Lakatos (2006) a entrevista é entendida como “o encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de um determinado assunto”. Nesse caso, buscamos alguns empreendedores e os entrevistamos a respeito do passado, presente e futuro da empresa. As perguntas foram previamente elaboradas, mas com abertura a mudanças de acordo com o andar da entrevista. Tentamos ao máximo extrair dos entrevistados quais são os fatores, atitudes, posicionamentos que os fizeram obter o êxito que possuem hoje.

3.4 Análise dos Dados

Após a coleta dos dados das entrevistas, as informações foram transcritas para poderem ser tabeladas, analisadas e interpretadas. Com relação às entrevistas, foi verificada a história de empreendedorismo no ramo *pet* de cada um dos entrevistados, a fim de descobrirmos suas peculiaridades, suas dinâmicas e suas atitudes. Também buscamos compreender melhor as atitudes, as competências e as particularidades desses empresários que os difere dos demais.

Depois de todos os dados analisados e tratados, compararemos as informações em busca de responder ao nosso problema de pesquisa.

2 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Este trabalho foi baseado na pesquisa realizada com quatro empreendedores do ramo *pet* da cidade de João Pessoa, com o objetivo de analisarmos os fatores que levaram esses determinados empresários ao êxito empresarial. Através de entrevistas semi estruturadas que buscavam coletar dados pessoais, dados da empresa, trajetória do empresário e a ação empreendedora foi possível colher as informações necessárias a apontarmos os fatores de êxitos destes.

Todos estão inseridos no mesmo mercado e na mesma cidade, com isso, foi possível identificar bastante semelhanças em suas respostas, especialmente em relação às dificuldades e às facilidades. Porém, são diferentes tipos de pessoas com diferentes histórias de vida que agregaram mais valor às informações obtidas. Para manter a identidade dos entrevistados preservadas, foram adotadas as letras A, B, C e D para a identificação dos resultados.

4.1 Resultados Referentes ao Primeiro Objetivo Específico (Traçar o Perfil dos Empreendedores Varejistas de Produtos e Serviços *Pet* que Obtiveram Êxito em João Pessoa)

Quadro 1: Dados Pessoais dos Empreendedores Estudados

Entrevistado	Gênero	Faixa Etária	Naturalidade	Estado Civil	Grau de Escolaridade	Tempo no negócio atual	Área de atuação anterior
A	M	37	João Pessoa – PB	Casado	Graduação em Administração; MBA em Relacionamento de Recursos Humanos	29 anos	-
B	F	52	Recife-PE	Casada	Graduação em Psicologia; Tecnólogo em Gestão Comercial	11 anos	Mesma área
C	M	40	Olinda-PE	Divorciado	Graduado em Medicina Veterinária; Especialização	14 anos	Funcionário público
D	F	35	João Pessoa – PB	Casada	Graduação em Administração	11 anos	Bancária

Fonte: Pesquisa de Campo (2017)

O Quadro 1 apresenta as características de cada empreendedor que foi entrevistado. Aqui apontamos características de cada um referente ao gênero, à faixa etária, à naturalidade, ao grau de escolaridade, ao tempo de atuação no negócio atual e à área de atuação anterior.

O que mais chama a atenção é a heterogeneidade do perfil das pessoas entrevistadas. Temos tanto homens quanto mulheres e apesar de todos serem de meia idade, a faixa etária varia bastante. Os empreendedores A e D possuem graduação em Administração; B apesar de ter uma formação destoante, possui o tecnólogo em gestão comercial; tivemos apenas um representante graduado em Medicina Veterinária que é o empreendedor C.

Todos possuem uma média de tempo de atuação no negócio semelhante, variando entre 10 e 15 anos, com exceção do entrevistado A que começou a trabalhar desde criança no negócio dos pais que é o mesmo empreendimento até hoje, como visto no Quadro 2:

Quadro 2: Dados Profissionais dos Empreendedores Entrevistados

Entrevistado	Ano de Fundação	Nº de Sócios	Origem do Capital Inicial	Nº de Funcionários	Horas trabalhadas por dia
A	1988	3 (pai, mãe e esposa)	Familiar	30	12 a 15
B	2006	0	Familiar	10	12 horas
C	2003	1 (ex esposa)	Recurso próprio	20	5 horas e meia
D	2006	1 (marido)	Empréstimo	8	12 horas

Fonte: Pesquisa de Campo (2017)

O Quadro 2 ilustra os dados profissionais do empresários entrevistados, incluindo também dados de suas empresas. Nesse Quadro é possível verificar o ano de fundação de cada negócio, o número de sócio que cada empreendedor possui, a origem do capital inicial para fundar o negócio, o número de funcionários e as horas trabalhadas por dia.

Uma coisa que podemos apontar de início é a característica de empreendimento familiar de todas as empresas, já que todos possuem sócios que são membros familiares. A entrevistada B focou suas respostas apenas no empreendimento que é apenas dela, mas esse empreendimento faz parte de uma rede junto com mais duas empresas nas quais ela possui sociedade com os irmãos. Assim, podemos considerar que todas tem aspecto de empresa

familiar, inclusive, dos quatro entrevistados, três obtiveram seu capital inicial por parte da família.

Também podemos observar a semelhança nas horas diárias trabalhadas por cada um dos empreendedores, pois todos consideram além do tempo comercial de seu empreendimento, a quantidade de trabalho que levam para casa e lá continuam. Apenas o empreendedor C considerou apenas as horas trabalhadas exercendo a função de veterinário, não contou as horas que realiza as atividades administrativas da empresa.

Com isso, podemos observar que esses empreendimentos da cidade de João Pessoa que possuem êxito possuem bastantes características heterogêneas, como os dados pessoais de seus proprietários, mas também possuem semelhanças a serem apontadas como as horas de trabalho de cada entrevistado e suas formações.

4.2 Resultados Referentes ao Segundo Objetivo Específico (Identificar as Principais Facilidades Encontradas por esses Empreendedores)

4.2.1 Empreendedor A

O empreendedor A iniciou sua carreira no mercado *pet* ainda criança na loja dos pais, ajudando no que podia até assumir o negócio de vez. Em relação às facilidades que o mercado oferece na cidade de João Pessoa:

“Por ser uma capital pequena, as pessoas identificam logo quem está trabalhando sério e quem não está.”

O seu negócio é um dos mais antigos da cidade e ele atribui o reconhecimento de sua marca como uma vantagem de mercado que passa credibilidade e confiança aos clientes. A primeira unidade de seu negócio, iniciada pelos seus pais, fica em Miramar em uma das principais avenidas da cidade, a segunda unidade foi aberta a mais ou menos 3 anos e fica em Manaíra :

“...foi quando a gente começou a empresa de Manaíra e aí sim eu vim sentir, até então eu não sabia disso, do valor e do peso da minha marca, entendeu? Eu não sabia disso, não sabia dessa sensação, eu nunca tinha sentido isso do público.”

Em relação ao êxito de sua empresa, o empresário faz alguns comentários pertinentes durante a entrevista relacionados a atendimento aos clientes e como ele acha que isso foi a grande alavanca do sucesso do seu negócio:

“Veja bem, esse é um mercado que muita gente pensa que é só investir e pronto.[...] E não é, esse é um mercado que para você dar certo você precisa personalizar o cliente. É como uma escola, mais ou menos, que a pessoa precisa perceber que você conhece o cachorro, conhece, conhece o gatinho, conhece o *pet* da pessoa. Sabe os detalhes, essas coisas tudinho.”

“Para mim tudo é serviço, para mim ração é serviço. O cliente quer o seu serviço, ele quer o seu atendimento, ele quer saber o seu compromisso, o seu comprometimento com o serviço. [...] Ele vai confiar no que você está dizendo, se você conquistar isso do cliente, se você tiver esse relacionamento com o cliente, então você vai conquistar.”

“É esse o relacionamento com o meu cliente, tem que ter intimidade, tem que está íntimo. Eu não quero ele na minha casa, ninguém sabe onde eu moro, mas aqui eu tenho que mostrar intimidade com o cliente.”

Ainda em relação ao seu êxito, questionamos suas características e competências pessoais que ele considerava determinantes para o sucesso de seu negócio:

“A humildade e a simplicidade. Com todos. [...] Então assim, para ser um líder, quanto mais humilde melhor. Humildade não se transparece com burrice ou leseira ou você parecer besta. É você saber dar uma segunda chance, é você saber dar atenção, saber como falar, saber quando falar, tem tantas coisas que a Universidade me ajudou, mas a vida me ajudou também.”

4.2.2 Empreendedora B

A empreendedora B também começou trabalhando na loja dos pais ainda jovem, mas em Recife. O irmão se formou em Medicina Veterinária e veio abrir uma loja em João Pessoa por conta de uma boa oportunidade que encontrou. Ela veio trabalhar com o irmão e depois abriu uma unidade para si. Em relação às facilidades encontradas no mercado da cidade ela cita o crescimento do mercado *pet*:

“Hoje todo mundo cria alguma coisa e tem um animal de estimação. [...] Então você tem um mercado amplo, aí você segmenta. [...]Então você tem um mercado bem amplo, se você souber explorar, focar. Se você quiser focar, você consegue focar e se aprofundar.”

Quando questionada em relação aos fatores de prosperidade e o diferencial de seu negócio, a empresária toca em assuntos muito relevantes como a busca por conhecimento,

resiliência e envolvimento de equipe. Assuntos estes já de conhecimento acadêmico nosso que podemos ver se concretizando na prática. Especificamente, sobre o que acha que a fez prosperar no mercado:

“Primeiro, gostar do que faço. Segundo, sempre estar buscando melhorar, buscar conhecimento, conhecimento para administrar, conhecimento dos produtos, do que compõe o mercado especificamente. E gostar de pessoas, isso facilita bastante.”

“Ser compromissada. Compromisso. Compromisso com todas as pessoas que estão envolvidas no meu negócio: fornecedor, funcionário, cliente...”

Em relação a essa última fala da entrevistada, podemos citar Chiavenato (2012) que afirma que empreender é mais uma ação social do que individual, já que envolve colaboradores, fornecedores e uma variedade de clientes em uma cadeia de valor que precisa de integração. E em relação ao diferencial de seu negócio:

“O envolvimento da minha equipe. Uma outra característica também é a questão de ser resiliente. Tem as dificuldades, é procurar contornar. Deu errado, vamos procurar um caminho para dar certo. Nunca se segurar no que não está funcionando e ficar chorando.”

4.2.3 Empreendedor C

De todos os entrevistados, o empreendedor C foi o único que iniciou sua carreira como veterinário. Também de Pernambuco, terminou sua graduação lá. Ainda trabalhou um ano em Recife, mas identificou uma oportunidade de negócio em João Pessoa, onde não haviam muitos profissionais especializados em cirurgias. Apesar de já graduado, o entrevistado sentiu a necessidade de buscar formação na área administrativa que ele revela quando questionado como aprendeu a ser empresário:

“Uma parte inicial foi no desafio realmente. E outra foi quando comecei a buscar cursos mesmo, de formação, de gestão, de marketing. É uma área que na verdade eu gosto”

Já em relação às facilidades encontradas no mercado, o empresário cita algo já citado por outros empresários anteriormente que é a amplitude e a necessidade desse mercado para o perfil de consumidor atual:

“É meio que uma necessidade do proprietário que tem o seu pet. Se adoecer, independente ele vai precisar levar, ele vai dar um jeito, até sem pagar, chega aqui e ‘joga um fiadão’ às vezes, mas ele vai dar o jeito dele.”

Quando questionado em relação aos fatores de prosperidade e diferencial, os temas atendimento e capacitação mais uma vez foram mencionados, reafirmando a sua importância:

“Eu acho que foi a qualidade do serviço da gente, a capacitação, eu sempre fui muito de participar de congressos, ir atrás de atualizações. Eu sempre procuro estar um passo a frente da concorrência. Eu comprei o primeiro aparelho de ultrassom da cidade, raio-x digital fui o primeiro que coloquei. Hoje a gente é reconhecido como uma empresa pelo serviço e dinamismo.”

“Eu acho que a simpatia com o cliente e a empatia também. Eu acho que me identifico muito com os clientes. Como te falei antes, a capacitação profissional que eu sempre busquei, trabalhar da melhor forma.”

4.2.4 Empreendedora D

A empreendedora D entrou no ramo por conta do marido, veterinário, para ajudá-lo com sua formação em administração e conhecimento de negócios. E ela enfatiza isso quando questionada como aprendeu a ser uma empresária:

“Eu acho que o curso de Administração ajuda bastante a abrir muitos horizontes, você consegue realmente utilizar algumas ferramentas, [...] mas a gente está sempre em cursos, o Sebrae ajuda muito, a gente está sempre se reciclando, tanto meu marido quanto os funcionários. A gente já fez vários cursos.”

Quando o assunto foi as facilidades/ vantagens que o mercado *pet* de João Pessoa apresenta, a resposta foi similar a dos outros entrevistados – a amplitude do mercado:

“Cada dia cresce mais o número de pessoas que não tem interesse em ter famílias grandes, então elas adotam cachorros e gatos. [...] Então a tendência, cada dia mais, é de crescimento, porque a gente tá a cada dia se

isolando mais , hoje você vê quantas pessoas entram em depressão porque não saem mais de casa, não querem mais se relacionar, não casam mais. Então elas tem cachorro e a vantagem é essa, com essa mudança de comportamento do homem e essa ausência de amor humano elas correm para o amor do cão, do gato.”

Em relação aos fatores de prosperidade do negócio, mais uma vez apontamos respostas já mencionadas pelos outros entrevistados como atendimento ao cliente e equipe de trabalho. Para Chiavenato (2012, p.8) “o que não resta dúvida é que os empreendedores sabem trabalhar com equipes e não apenas com indivíduos”:

“Dedicação, amor pelo que a gente faz, a vontade de sempre fazer melhor, sempre fazer bem feito, de sempre se relacionar com o cliente, de atender às necessidades do cliente que eu acho que é o que faz qualquer negócio crescer.”

“Eu acho que eu tenho esse lado assim simpático de gostar de trabalhar em equipe, de gostar de ouvir opiniões, de a gente ouvir o que o funcionário também vê, a gente não achar que só a gente sabe das coisas. A gente tem essa característica de ouvir o feedback. [...] Eu tenho uma gestão participativa e eu acho que isso ajuda bastante a desenvolver um a equipe em harmonia.”

“Eu sempre digo que a nossa equipe é o nosso diferencial, porque todo mundo tem as mesmas coisas que a gente vende, mas ninguém tem os nossos funcionários.”

Por fim, a entrevistada D citou algumas características pessoais e competências que ela julga necessárias ao êxito do seu negócio:

“Ter um pouquinho de experiência, se não tiver vai ter que dar umas batidinhas na cabeça mesmo porque é assim mesmo. As competências administrativas para qualquer negócio tem que ter, para esse negócio você vai ter que entender de ração, de medicamentos, tem que entender o público, que não é aquele que vem comprar e sim o cachorrinho.”

Após análise dessa parte da entrevista, resumimos as facilidades identificadas no Quadro 3 abaixo:

Quadro 3: Facilidades encontradas pelos empreendedores

Entrevistado	Facilidades
A	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reconhecimento e credibilidade de sua marca, já antiga na cidade ✓ Relacionamento com os clientes
B	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Amplitude do mercado ✓ Busca por cursos e formações
C	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Busca por cursos e formações ✓ Amplitude e necessidade do mercado
D	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Amplitude do mercado ✓ Busca por cursos e formações

Fonte: Pesquisa de Campo (2017)

4.3 Resultados Referentes ao Terceiro Objetivo Específico (Apontar as Principais Dificuldades Encontradas por esses Empreendedores).

4.2.1 Empreendedor A

Nesse tópico iremos apresentar as dificuldades encontradas por estes empreendedores, a fim de que seja um norte do que o mercado de João Pessoa traz como desvantagens. Chiavenato (2012) afirma que é importante sabermos as possíveis causas do insucesso de um negócio para que possamos evitá-las, neutralizá-las e/ou impedir que aconteçam no futuro.

As respostas apontaram bastante para dois fatores específicos: recursos humanos e concorrência. Podemos observar isso no relato do empreendedor A quando questionado de suas dificuldades:

“Recursos humanos. Não existe, a gente tem que preparar. Gente, preciso de gente e não tem gente para trabalhar. Tem gente para querer emprego, mas para trabalhar não. Depois que entra, acabou-se.”

Já em relação a maior dificuldade enfrentada durante todo o tempo de negócio, alguns empresários também apontaram para problemas financeiros ou de crises, quando questionado sobre a maior dificuldade de todas:

“Financeiras. Épocas de crise. [...] Saber usa o dinheiro, sabe? O segredo é esse. Graças a Deus, hoje eu não tenho nenhum empréstimo, prédio é próprio, senão tava passando aperto aí. Dê o passo que você pode dar.”

Na nossa pesquisa, buscamos também, além de procurar saber as dificuldades, saber como estes empreendedores fizeram para superá-las e atingir o patamar de êxito que atingiram. Em relação às épocas de crise, o empreendedor A relata:

“Resguardando, refazendo tudo. Planejamento. Eu tinha 11 pessoas na parte de banho e tosa e hoje tenho 8, tive que diminuir 3. Infelizmente. Tenho que trabalhar com a média aqui, é meu ponto de equilíbrio.”

“O povo vê as coisas caindo e fica olhando, meu amigo, crie! Tire o S de Crise e Crie! Puxando para cima e não para baixo. Por exemplo, os banhos tinham caído, o que eu fiz? Criei dois tipos de banho: *Home Care* e *Prime*. Como é o *Prime*? Com hora marcada, ele é 40% mais caro. E *Home Care* é na casa do cliente, ele é 50% mais caro. É um conforto e deu certo.”

Em relação a essa última fala, Chiavenato (2012, p.8) escreve que:

Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, habilitam-no a transformar uma ideia simples em algo que produza resultados concretos e bem-sucedidos no mercado.

E é isso que podemos observar na ação do empresário A que em momentos de crise, utilizou da sua criatividade e criou serviços personalizados e mais caros, mas que deram certo e ajudaram o seu negócio.

4.2.2 Empreendedora B

Como mencionado anteriormente, os assuntos referentes à concorrência e a recursos humanos foram os mais recorrentes. A empresária B nos faz relatos bastante explicativos sobre os dois casos:

“A gente tem, que eu não diria que é dificuldade, mas tem que estar atento à concorrência. Você tem que estar. Hoje voltou num processo de modificação de preço rápido, a gente passou por um período bem tranquilo em relação a isso. Então isso é complicado porque a gente tem que trabalhar com cliente de ponta. E termina que a gente recebe os aumentos e repassa e a queixa vem em cima de nós que estamos na ponta. Então é um pedaço difícil.”

“A maior dificuldade desse negócio é você contratar e preparar pessoas para esse negócio, para esse mercado que é um mercado diferente. Eu costumo dizer que algumas pessoas entram nesse mercado achando que tão vendendo sapato, bolsa e roupa. E não é. É um mercado que requer muito relacionamento. Hoje, quem tem animal, a maioria das pessoas, não tem um *pet*, tem um filho. E você lidar com os filhos de outras pessoas requer muito cuidado, muito carinho, muita atenção, muito respeito. Então você formar pessoas que entendam isso e que sintam isso não é fácil. Esse é o maior desafio desse mercado.”

Como pudemos observar, existem dificuldades bastante contundentes em relação a esse mercado na cidade de João Pessoa. O fato do mercado *pet* ser um mercado diferenciado por conta do tipo de cliente indireto que ele possui – os animais – acarreta numa maneira diferente de ter que lidar com seu público e isso é citado por quase todos os entrevistados. Assim, quando perguntada sobre como faz para superar esse desafios a empreendedora B afirma:

“Eu tento minimizar, tento passar (a variação de preços) de uma forma mais natural possível quando o cliente reclama, tento mostrar principalmente quando a questão for imposto, mostrar que a gente não tem controle sobre isso, infelizmente, sobre essa questão de imposto.”

“Eu treino. Todo funcionário meu quando vai passar pela seleção ele tem que tá criando. A primeira informação é ‘você cria alguma coisa?’ Porque é mais fácil você treinar uma pessoa que cria e que gosta, a maioria gosta, então já é um cuidado é mais fácil você conduzir essa pessoa para um cuidado maior, uma atenção maior. A outra é treinar mesmo, chamar para uma conversa, mostrar como funciona.”

“Eu costumo passar para o pessoal o seguinte: o cliente chegou aqui e reclamou, desde que não seja nada assim estapafúrdio, a gente absorve a reclamação dele e a gente resolve na hora, mesmo que a responsabilidade seja da empresa fornecedora, mas eu mato aqui, e daqui pra lá eu resolvo. O cliente tem que está satisfeito.”

4.2.3 Empreendedor C

As respostas coletadas do empreendedor C não diferem muito das já apresentadas anteriormente. Assim, podemos afirmar que as dificuldades enfrentadas nesse mercado são as mesmas, podendo ser considerado mais fácil de encontrar um foco para ultrapassá-las. O empresário C afirma sobre suas dificuldades:

“Funcionários. [...] Eu já fiz uma quantidade boa assim de cursos de gestão de tudo e tento de um jeito, uma estratégia, tento de outro, mas eu percebo que é a cultura da própria cidade mesmo. [...] Por isso eu digo, hoje o meu problema maior chama-se: funcionário. Conseguir o que eu quero hoje em um bom atendimento.”

“Eu acredito que, financeiramente falando, os dois primeiros anos foram bem difíceis. Eu acho que pelo ponto, de repente não foi um ponto muito bem escolhido, muito inexperiente na época, o próprio segmento era um mercado mais frio que o de hoje.”

Em relação aos recursos humanos de uma organização, Chiavenato (2012) afirma que a equipe é o cerne do negócio, pois é através dela que se constitui o atendimento ao cliente e a conquista da liderança, competitividade e sustentabilidade do negócio; assim, é claro percebermos a preocupação dos empresários com esse aspecto e com a dimensão desse problema. Em relação a contornar essas situações, o entrevistado C relata como fez:

“Aguentando as pontas mesmo. Foi tentando economizar mesmo. Não tinha recurso para tá fazendo propaganda, para tá em mídia e essa coisa toda. Era tudo feito de uma forma mais discreta, era panfletagem, nada que fosse muito impactante. [...]Então foi realmente assim, contendo despesas, trabalhando, contratando o mínimo possível de funcionários. Então a gente mesmo fazia muitas funções e aos pouquinhos é que foi conseguindo organizar a casa.”

4.2.4 Empreendedora D

Por fim, a empreendedora D apontou apenas o fato da concorrência como a grande dificuldade de seu negócio:

“A concorrência é muito grande. A gente tem uma concorrência para todos os lados, tanto física como *online*, a gente hoje tem um site, a nossa loja é a única que tem um site dentro da nossa cidade e a gente vende até para fora da cidade, mas a gente encontra sites como *PetLove* com preço absurdamente barato por conta das tributações.”

“Mas a concorrência é hoje a nossa maior dificuldade, eu diria a concorrência porque os aumentos dificultam o nosso dia a dia que infelizmente a gente tem que repassar. Na concorrência as pessoas estão desesperadas, então no desespero elas baixam muito o preço dos seus produtos, então elas acham que o preço vai fazer com que o cliente volte.”

Em termo de superação, a entrevistada, como já tinha citado anteriormente, foca na questão da preparação teórica, a formação com os cursos e treinamentos realizados. Assim:

“[...] eu acho que pelo fato da gente estar sempre se policiando em se atualizar, quando a dificuldade está chegando, a gente já está combatendo ela.”

Após a análise das dificuldades encontradas pelos entrevistados, resumimos as respostas dada no Quadro 4 abaixo:

Quadro 4: Dificuldades encontradas pelos empreendedores

Entrevistado	Dificuldades
A	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos Humanos ✓ Concorrência ✓ Financeiras
B	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos Humanos ✓ Concorrência
C	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos Humanos ✓ Financeiro
D	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Concorrência

Fonte: Pesquisa de Campo (2017)

4.4 Resultados Referentes ao Quarto Objetivo Específico (Apresentar as Vantagens e Desvantagens desse Mercado em João Pessoa)

Uma das informações importantes para identificar os fatores de êxito desses empreendedores foi buscar saber quais são as vantagens e desvantagens desse mercado na cidade de João Pessoa. Optamos por montar um quadro que organizasse e resumisse essas informações de forma mais prática:

Quadro 5: Vantagens e Desvantagens do Mercado *Pet* em João Pessoa

	VANTAGENS	DESVANTAGENS
EMPREENDEDOR A	Identificação dos clientes com quem trabalha sério	Concorrência desleal
EMPREENDEDORA B	Crescimento do número de criadores de animais	Concorrência
EMPREENDEDOR C	Necessidade do cliente de utilizar estes serviço/produtos	Mercado desvalorizado
EMPREENDEDORA D	Crescimento do número de criadores de animais	Concorrência

Fonte: Pesquisa de Campo (2017)

A partir do Quadro 3 podemos observar bastante similaridade nas respostas dadas pelos empresários do ramo. Em relação às vantagens podemos afirmar que o mercado *pet* vem se tornando cada vez mais e com uma demanda também cada vez maior. Isso se dá pelo fenômeno de reestruturação familiar já citado anteriormente, onde as pessoas estão buscando um tamanho menor de membros da família e optando por ter mais animais, ou até substituir a escolha de ter filhos pela de ter animais. Com isso, esse mercado vem gerando um potencial cada vez maior.

Já em relação às desvantagens podemos extrair o peso da concorrência que também cresce nesse mercado. Como citado no parágrafo anterior, uma vantagem do mercado é o seu crescimento, porém isso acaba acarretando na desvantagem da concorrência. Onde, por muitas pessoas enxergarem esse potencial do mercado, acabam também investindo no mesmo. Cabendo aí aos empresários do ramo se destacar entre os demais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como propósito identificar os fatores determinantes do êxito das lojas varejistas de produtos e serviços *pet* na cidade de João Pessoa-PB. Através de entrevistas realizadas com quatro empreendedores do ramo na cidade, nos foi possível compilar e analisar os dados obtidos a fim de responder o nosso problema de pesquisa.

Nosso objetivo geral foi decomposto em quatro objetivos específicos que nos nortearam durante a coleta e análise de dado. O primeiro objetivo específico buscava traçar o perfil dos empreendedores. De início tivemos uma heterogeneidade em relação a aspectos demográficos básicos como gênero, idade e naturalidade, porém, um aspecto que chama a atenção é em relação à formação dos entrevistados, onde nos deparamos com uma maioria de administradores e apenas um veterinário. Todos possuem mais de 10 anos atuantes no mercado de João Pessoa e podemos considerar que todos os empreendimentos são empresas familiares, já que todos possuem sócios que são membros da família.

O segundo objetivo específico diz respeito às facilidades encontradas pelos empreendedores. Uma das maiores facilidades mencionado foi a amplitude do negócio, isto é, o mercado *pet* é um mercado que vem crescendo muito e se tornou uma necessidade para as pessoas hoje em dia, já que muitas famílias decidem criar animais e os *pet shops* oferecem os produtos e serviços necessários à criação dos mesmos. Também pudemos identificar fatores como o relacionamento com os clientes e a busca pelo bom atendimento, também, a resiliência em lidar com os problemas que a vida de empreendedor traz. Um ponto bastante interessante também foi a menção à capacitação que os empreendedores tocaram, a maioria expressou que ter buscando informações e treinamentos foi uma grande ajuda para manterem seus negócio e chegarem aonde estão hoje.

O terceiro objetivo específico versou sobre as dificuldades que os entrevistados enfrentaram e enfrentam no seu dia-a-dia de empresário. Nesse tópico foi possível identificar bastantes convergências nas respostas dadas e os pontos mais tocados foram: recursos humanos, concorrência e crises financeiras. Muitos reclamaram da dificuldade em encontrar pessoas que saibam atender devidamente o cliente e ainda mais o tipo de cliente consumidor desses empreendimentos. A concorrência alta na cidade de João Pessoa também foi destacada como um problema e também agravada pela deslealdade na concorrência. E, por fim, os períodos de crises financeiras que forçam os empresários a tomar algumas medidas drásticas como demissão de pessoal.

Os entrevistados também foram questionados sobre os meios que utilizaram para superar essas dificuldades. Os métodos mais citados foram o de sempre buscarem a economia no seu negócio e treinamentos tanto para si quanto para os seus colaboradores, a fim de sanar o problema de recursos humanos. A busca por formações e conhecimento também foi bem citada. E, por fim, buscar estar sempre preparados para momentos de crises e procurar criar diferentes tipos de serviço para superarem esses momentos de crises.

O último objetivo específico foi um resumo das vantagens e desvantagens do mercado *pet* aqui em João Pessoa, onde podemos sintetizar as vantagens no fato da amplitude do mercado, como foi citado anteriormente, e da necessidade atual das pessoas utilizarem destes produtos e serviços. E a desvantagem mais citada foi em relação à concorrência.

Com isso, podemos concluir que o mercado *pet* se posiciona hoje como uma importante necessidade no cotidiano das pessoas, facilitando o caminho das pessoas que buscam empreender nesse ramo. O investimento na busca constante em melhorar o atendimento ao cliente, procurando entendê-lo, personalizá-lo e se adiantar frente às suas necessidades parecem ser o diferencial que vem levando esses empresários ao êxito. Também não podemos deixar de mencionar a progressiva procura por formação, cursos e informação sobre administração, negócios e o mercado que demonstram também o diferencial dos entrevistados.

Em relação à pesquisa em si, podemos citar dois tipos de limitações: busca das entrevistas e falta de bibliografia. Como em qualquer outra pesquisa, buscar pessoas que estejam disponíveis e dispostas a falarem sobre suas vidas e os “segredos” de seus negócios não é tão fácil. Foi necessário muita busca, muitos pedidos e muita paciência. Mas sempre é possível encontrar pessoas a fim de colaborarem.

A segunda limitação acaba tornando-se uma boa sugestão para próximas pesquisas. O mercado *pet* é muito rico de informações para estudos. É um mercado que vem crescendo, vem se modificando e possui um tipo de cliente muito intrigante. E também a bibliografia que encontramos hoje em dia é pouquíssima, havendo muito espaço para futuras pesquisas.

REFERÊNCIAS

ABINPET – Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação. Disponível em: <http://abinpet.org.br/site/>. Acesso em 25 de março de 2017.

BARON, R. A.; SHANE, S.A.; **Empreendedorismo : uma visão do processo**/tradução All Tasks.-- São Paulo : Cengage Learning, 2007.

BIAGIO,A.L. **Empreendedorismo: construindo seu projeto de vida**. Barueri: Manole, 2012.

CHIAVENATO, I.; **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor** – 4. ed. – Barueri, SP: Manole, 2012.

DORNELAS, J. C. A.; **Empreendedorismo na prática : mitos e verdades do empreendedor de sucesso** - 3. ed. - Rio de Janeiro : LTC, 2015.

FEIJO, B. V.; FORTES, R. **Como faturar com o novo mercado *Pet***. Pequenas Empresas e Grandes Negócios. Out. 2016, nº 333, p. 76-93.

FERREIRA, A. B. H.; **Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa / Aurélio Buarque de Holanda Ferreira**; coordenação Marina Baird Ferreira, Margarida dos Anjos. – 5. ed. – Curitiba: Positivo, 2010.

FRANÇA, C. A.; SILVA, D. B. **Análise das principais características dos empreendedores de sucesso do Brasil**. MBA Gestão Empresarial Universidade Cruzeiro do Sul/ Mercatus. São Paulo, 2006.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GEM, 2015 Executive Report. Disponível em: <http://www.gemconsortium.org/> . Acesso em 14 abr. 2017.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social** / Antonio Carlos Gil. - 6. ed. - São Paulo : Atlas, 2008.

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

LAS CASAS, A.L.; **Administração de Vendas**. - 3 ed. – São Paulo: Atlas, 1993.

LEVY, M.; WEITZ, B. A. **Administração de varejo**. São Paulo: Atlas, 2000.

MICHEL, M. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos**. – 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2015.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**. 6 Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

PERRON, J. **La Représentation du succès chez les entrepreneurs québécois**. Memorial de Maîtrise. Université du Québec à Trois Rivières, Mars 2013, 88p.

APÊNDICE A - PROTOCOLO DE ENTREVISTA

Entrevistado:

Dados Pessoais:

1. Data de nascimento
2. Nome Completo (se quiser)
3. Naturalidade.
4. Ocupação dos pais.
5. Condição em que se encontrava quando abriu o negócio (solteiro(a)/casado(a) com filhos pequenos/viúvo(a)/outros).
6. Grau de escolaridade quando começou o negócio e atualmente.
7. Tempo de atuação neste negócio.
8. Trabalhava antes de abrir a empresa? Em que área?

Dados da Empresa:

1. Ano de fundação.
2. Tem sócios? Em caso positivo, quantos? Como é sua relação com eles?
3. Origem do capital inicial (empréstimo de familiares, economias pessoais, recursos do Empreender JP, outra fonte).
4. Tem funcionários? Em caso afirmativo, quantos?
5. Que tipo de produto você fabrica/comercializa?
6. Quantas horas, em média, você trabalha por dia?
7. Fale como é seu dia a dia na empresa.
8. Como você concilia seu trabalho com as demandas da família (esposa/marido, educação dos filhos, atividades na Igreja, etc.?)
9. Como você aprendeu a ser empresário(a)?

Trajetória do(a) Empresário(a)

1. Conte sua história de vida desde a infância até os dias atuais.
2. Fale como se deu o início de sua carreira como empresário.(a) Houve influência de alguém? Se houve, como essa aconteceu?
3. O que a levou a entrar neste ramo de negócio?
4. Quais as dificuldades encontradas no dia a dia da empresa e como as enfrenta?
5. Quais foram as maiores dificuldades vividas no negócio? E como sobreviveu a estas?
6. O que acha que te fez prosperar nesse mercado?
7. Quais características pessoais você acha que te fazem ter sucesso na área?
8. Qual você acha que é o diferencial do seu negócio?
9. Você se sente realizado(a) como empresário(a)? Por quê?

Ação Empreendedora

1. O que mudou na empresa desde o momento da fundação até hoje?
2. Que fatores externos e internos foram determinantes para as mudanças acima mencionadas?
3. Quais as competências você julga como fundamentais para gerir este tipo de negócio? Você considera que as tem?
4. O que você considera a sua principal competência e que tem sido determinante para o sucesso do seu negócio?
5. Que fatores internos e externos foram importantes para que essas competências se tornassem realidade?
6. Quais as vantagens e desvantagens dessa área de mercado aqui em JP?
7. O que você faz para superar as desvantagens?
8. Que conselhos você daria a jovens como nós, que pensam em abrir o próprio negócio?
9. Algo não foi perguntado nesta entrevista, que você queria acrescentar?