

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

MARIA JACYNTA PEREIRA BEZERRA

APRENDIZAGEM EMPREENDEDORA COMO SUPORTE PARA O
DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS DE IDENTIFICAÇÃO DE
OPORTUNIDADE: UM ESTUDO ENTRE OS EMPRESÁRIOS INSERIDOS NO
ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE CARUARU

MARIA JACYNTA PEREIRA BEZERRA

**APRENDIZAGEM EMPREENDEDORA COMO SUPORTE PARA O
DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS DE IDENTIFICAÇÃO DE
OPORTUNIDADE: UM ESTUDO ENTRE OS EMPRESÁRIOS INSERIDOS NO
ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE CARUARU**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao
Curso de Graduação em Administração, do
Núcleo de Gestão da Universidade Federal de
Pernambuco, como requisito parcial à obtenção
do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Nelson da Cruz Monteiro
Fernandes

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

- B574a Bezerra, Maria Jacynta Pereira.
Aprendizagem empreendedora como suporte para o desenvolvimento de competências de identificação de oportunidade: um estudo entre os empresários inseridos no Armazém da criatividade de Caruaru. / Maria Jacynta Pereira Bezerra. – 2019.
48 f. : 30 cm.
- Orientador: Nelson da Cruz Monteiro Fernandes.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Administração, 2019.
Inclui Referências.
1. Aprendizagem. 2. Empreendedorismo. 3. Competências profissionais. 4. Empreendedor. I. Fernandes, Nelson da Cruz Monteiro (Orientador). II. Título.
- CDD 658 (23. ed.) UFPE (CAA 2019-132)

MARIA JACYNTA PEREIRA BEZERRA

APRENDIZAGEM EMPREENDEDORA COMO SUPORTE PARA O
DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS DE IDENTIFICAÇÃO DE
OPORTUNIDADE: UM ESTUDO ENTRE OS EMPRESÁRIOS INSERIDOS NO
ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE CARUARU

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Núcleo de
Gestão da Universidade Federal de Pernambuco, como
requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Aprovado em: 17/07/2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Nelson da Cruz Monteiro Fernandes (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

Profª Dr. Sueli Menelau de Novaes (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

Profª Dr. Aline Fábila Guerra de Moraes (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

Este trabalho é especialmente dedicado à minha mãe, Maria Tereza, que sempre me apoiou e me ensinou a ter fé e perseguir meus sonhos, encarando de frente os desafios e surpresas que a vida apresenta.

AGRADECIMENTOS

Início agradecendo a todos os empreendedores que participaram desta pesquisa e que compartilharam de forma tão sincera e profunda as suas histórias, sendo acima de tudo uma fonte de inspiração para a vida. Agradeço ao Armazém da Criatividade Caruaru por abrir as portas e disponibilizar o material para estudo, e também ao professor Nelson Fernandes pelo empenho e interesse em me guiar na construção desta pesquisa.

Meus mais profundos agradecimentos para o meu pai, mãe, irmão e sobrinho que tanto me apoiaram, incentivaram e cuidaram de mim durante o processo de elaboração desse trabalho e em toda a graduação. O meu carinhoso obrigada as minhas amigas de infância e ao meu namorado, que estiveram ao meu lado todo esse tempo.

Agradeço também a todos os docentes da UFPE que marcaram positivamente o meu processo de aprendizado e crescimento pessoal, em especial a professora Sueli Menelau que ensina com o coração e que cuida dos seus alunos como se fossem seus filhos; e ao professor Ricardo Fonseca por mostrar a importância de ser questionador e de desafiar os seus limites.

Por fim agradeço a todos os amigos que fiz na faculdade, sem vocês a graduação não teria sido a mesma, vocês são luz onde quer que estejam! Meu muito obrigada a todos vocês, em especial a: Marcela, Yasmim, Letícia Barbosa, João Victor, Georgia, Leticia Gabrielly, Ellen, Marina e Iale.

RESUMO

Os empreendedores estão em contínua busca por conhecimento e tendem a participar de espaços como o Armazém da Criatividade Caruaru, que fomenta o desenvolvimento econômico local e que integra de forma operacional, funcional e espacial os principais atores da sociedade. Este espaço tende a concentrar conhecimentos, pessoas e vivências que podem gerar aprendizagem, auxiliando o empresário no desenvolvimento de competências empreendedoras e na capacidade de identificar novas oportunidades de negócio. Dessa forma o presente estudo tem como objetivo entender como a aprendizagem empreendedora contribui no processo de geração e desenvolvimento de competências de oportunidade nos micro e pequenos empresários do Armazém da Criatividade Caruaru. Para a análise foi realizada uma pesquisa qualitativa, com caráter explicativo, realizado através de estudo de caso e que teve seus dados revisados através da análise de conteúdo. Os resultados obtidos no estudo mostram que participar do ecossistema do Armazém da Criatividade contribui positivamente para o empreendedor, promovendo a aprendizagem e o desenvolvimento de novos comportamentos que possibilitem ter maior potencial de identificar novas oportunidades de negócio que poderão contribuir para o crescimento econômico regional.

Palavras-chave: Aprendizagem empreendedora. Competência de oportunidade. Empreendedor.

ABSTRACT

Entrepreneurs are constantly searching for knowledge and tend to participate in spaces such as the Armazém da Criatividade Caruaru, which fosters local economic development and integrates in an operational, functional and spatial manner the main actors of society. This space tends to concentrate knowledge, people and experiences that can generate learning, helping the entrepreneur in the development of entrepreneurial skills and in the ability to identify new business opportunities. Thus the present study aims to understand how entrepreneurial learning contributes to the process of generation and development of opportunity skills in micro and small entrepreneurs of the Armazém da Criatividade Caruaru. For the analysis was carried out a qualitative research, with explanatory character, carried out through a case study and that had its data reviewed through content analysis. The results obtained in the study show that participating in the ecosystem of the Armazém da Criatividade contributes positively to the entrepreneur, promoting the learning and development of new behaviors that allow greater potential to identify new business opportunities that could contribute to regional economic growth.

Keywords: Entrepreneurial learning. Competence of opportunity. Entrepreneur.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Modelo de aprendizagem empreendedora	19
Quadro 2 – Modelo conceitual da pesquisa.....	25
Quadro 3 – Perfil dos entrevistados.....	30
Quadro 4 – Protocolo de pesquisa.....	48

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CEP – Comitê Ético de Pesquisa

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

UFPE – Universidade Federal de Pernambuco

TI – Tecnologia(s) de Informação

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
1.1	CONTEXTO DA PESQUISA.....	12
1.2	PERGUNTA CONDUTORA	13
1.3	OBJETIVO GERAL.....	14
1.4	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
1.5	JUSTIFICATIVA.....	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1	O SUJEITO EMPREENDEDOR.....	16
2.2	APRENDIZAGEM EMPREENDEDORA.....	17
2.3	COMPETÊNCIAS DE OPORTUNIDADE.....	20
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	23
3.1	TIPIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	23
3.1.1	Modelo e variáveis da pesquisa.....	24
3.2	DESCRIÇÃO DO LÓCUS DA PESQUISA.....	25
3.3	SUJEITOS DE PESQUISA.....	25
3.4	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	25
3.5	PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	26
3.6	ASPECTOS ÉTICOS E LEGAIS.....	27
3.7	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	27
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	29
4.1	CARATERIZAÇÃO DOS ENTREVISTADOS.....	29
4.2	O SUJEITO EMPREENDEDOR.....	30
4.3	APRENDIZAGEM EMPREENDEDORA.....	32
4.2.1	Formação pessoal e social.....	32
4.2.2	Aprendizagem contextual.....	34
4.2.3	Empreendimento negociado.....	36
4.4	COMPETÊNCIAS DE OPORTUNIDADE.....	38
5	CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES.....	40
	REFERÊNCIAS	43
	APÊNDICE A – PROTOCOLO DE PESQUISA.....	47

1 INTRODUÇÃO

O processo de adaptação à concorrência no mercado global é um desafio para os empreendedores brasileiros, principalmente quando se trata da longevidade e da taxa de natalidade das micro e pequenas empresas, tendo em vista que estas muitas vezes não possuem conhecimento e suporte para lidar com a dinamicidade desse cenário (DORNELAS, 2008; SILVA; FEITOSA; AGUIAR, 2012). Neste contexto o ambiente externo, os fatores internos da organização e o próprio empreendedor são aspectos que impactam na competitividade dessas empresas (MAN E LAU, 2000; 2005).

Dessa maneira os empreendedores são levados a aprenderem competências que lhes permitam compreender o ambiente em que estão inseridos, fazendo uso da sua visão, suas estratégias e suas atitudes para identificar oportunidades e gerar valor (ANTONELLO, 2005; DIAS, MARTENS, 2016). Os setores industriais tradicionais sofrem também os efeitos dessas mudanças, gerando assim um ambiente propício para que os empreendedores identifiquem novos modelos de negócio e ramos de atuação, como as novas investidas em áreas como a da indústria criativa (QUEIROZ; PARADELA, 2017).

Sendo assim o presente estudo busca identificar a contribuição das atividades de aprendizagem empreendedora no processo de geração e desenvolvimento de competências de oportunidade nos micro e pequenos empresários do Armazém da Criatividade Caruaru. Para Venkatamaran (2019) as pesquisas em empreendedorismo deveriam ser focadas na compreensão de como ocorrem as oportunidades para trazer novos bens e serviços futuros a existência.

O texto está estruturado em cinco seções sendo a primeira a introdução, que proporciona uma visão inicial da problemática de aprendizagem empreendedora, das competências empreendedoras e do contexto no qual se encontram os micro e pequenos empresários do Armazém da Criatividade Caruaru; a segunda sessão desenvolve a fundamentação teórica, utilizando autores e pesquisadores da área para abordar conceitos sobre o sujeito empreendedor, aprendizagem empreendedora e a competência de oportunidade; a terceira seção trata dos procedimentos metodológicos, onde estão delimitadas as ferramentas metodológicas que foram utilizadas para realizar a pesquisa. A quarta seção mostra os resultados obtidos, ou seja, a discussão e a análise das contribuições que a aprendizagem empreendedora promove para o desenvolvimento de

competências de oportunidade dos micro e pequenos empresários em comparação com o que era esperado com base na teoria; e por último há a quinta seção que trata das considerações finais da pesquisa, as suas limitações e recomendações para os próximos estudos da área.

1.1 Contexto da pesquisa

O processo empreendedor se adapta às necessidades de cada época, atendendo a demanda por produtos e serviços, criando novas ideias e resultados inovadores (QUEIROZ; PARADELA, 2017). Esse processo de adequação depende de uma ação contínua de aquisição de novos conhecimentos para iniciar empreendimentos e administrá-los (POLITIS, 2005). São aprendizagens essas que vem de experiências passadas, dos relacionamentos estabelecidos e de conhecimentos adquiridos e negociados em diferentes circunstâncias, que auxiliam os empreendedores a participarem da vida econômica e social (DIXON, 2017).

Dessa forma a presente pesquisa busca analisar os empreendedores que fazem parte do ecossistema do Armazém da Criatividade Caruaru tendo em vista que eles estão expostos a um ambiente de aprendizagem em que, de acordo com Feuerchute (2012), pode mobilizar conhecimentos e experiências que viabilizem os recursos de cada empreendedor potencial. Segundo o relatório do Governo do Estado de Pernambuco (2014), o incentivo à inovação e a criatividade proporcionado por este espaço tem como resultado o estímulo ao desenvolvimento social e econômico da região, além de proporcionar o desenvolvimento de estratégias de competitividade global.

Este espaço foi escolhido por ser um complexo tecnológico que fomenta o desenvolvimento através da inovação e do conhecimento, trabalhando juntamente com as instituições de ensino, com o setor produtivo e com as políticas públicas, integrando estes atores de forma espacial, operacional e funcional (GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014; ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2019). Ou seja, o Armazém da Criatividade Caruaru busca dar suporte ao empreendedorismo e a inovação local, tendo como enfoque específico o desenvolvimento das seguintes áreas: “a. Tecnologia de informação, com foco em (i) animação e games, (ii) gráfica e (iii) moda; b. Economia criativa, com foco em (i) design gráfico, (ii) design de moda e (iii) editorial de moda. Esta

última área compreende fotografia, audiovisual e publicação” (GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014, p.9).

Tendo em vista este contexto é interessante analisar os empresários inseridos neste espaço, que fazem parte do setor da indústria criativa de Caruaru. É uma área de estudo que vem adquirindo relevância desde os anos 2000 e que atualmente ainda é um conceito em desenvolvimento, que possui diversas definições e formas de caracterização ao redor do mundo (OLIVEIRA; ARAÚJO; SILVA, 2013). Percebe-se que a indústria criativa abrange os setores de atuação do Armazém da Criatividade, uma vez que trata desde as áreas tradicionalmente culturais, como por exemplo o artesanato, museus, biblioteca, festivais, teatro, dança e música; e se estende também para áreas mais ligadas a tecnologia e serviços de cunho mais mercadológico, a exemplo de *design*, publicidade, desenvolvimento de *softwares* e de jogos (SANGUINET; CALVETE; WAISMANN, 2016).

Dessa forma é importante produzir conhecimento sobre como se identificam as oportunidades de negócio nesse novo cenário/setor, analisando as atividades de aprendizagem empreendedora para a formação de novas competências de oportunidade. O estudo desta indústria chama a atenção pela sua importância, principalmente por servir como alternativa para o desenvolvimento econômico e social (SANGUINET; CALVETE; WAISMANN, 2016).

1.2 Pergunta condutora

Conforme pontuado anteriormente, a economia criativa é um campo de estudo que vem ganhando bastante destaque para a sociedade, mas ainda há pouco entendimento sobre o processo de desenvolvimento destas empresas e quais habilidades possuem os empreendedores que as criam (RAE, 2004). Porém sabe-se que este desenvolvimento depende da aprendizagem e esta, por sua vez, é uma etapa fundamental para a aquisição de competências (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011).

Os empreendedores possuem determinadas características que os diferenciam no mercado, tais como a aptidão de identificar e avaliar novas oportunidades de negócio, sendo de grande relevância analisar quais são as habilidades e traços de personalidade destas pessoas com o perfil empreendedor, tendo em vista que estas características são estudadas e compreendidas como as competências empreendedoras (MAN; LAU, 2000;

2005). Por sua vez, as competências que este empreendedor possui estão intimamente ligadas a competitividade destas micro e pequenas empresas (MAN; LAU, 2000; 2005).

Dessa forma a presente pesquisa visa compreender **como a aprendizagem empreendedora apoia o processo de criação e desenvolvimento das competências de oportunidade dos micro e pequenos empresários do Armazém da Criatividade Caruaru?**

1.3 Objetivo geral

Compreender a contribuição das atividades de aprendizagem empreendedora no processo de geração e desenvolvimento competências de oportunidade nos micro e pequenos empresários do Armazém da Criatividade Caruaru.

1.4 Objetivos específicos

1. Descrever o contexto de aprendizagem dos micro e pequenos empresários dos setores de economia criativa e Tecnologia da Informação que operam a partir do Armazém da Criatividade de Caruaru.
2. Analisar as experiências dos empreendedores através da abordagem de aprendizagem experiencial, baseada na prática, no contexto e na ação, e de se investigar o conhecimento obtido.
3. Identificar, pela ótica dos micro e pequenos empresários, como as competências de oportunidade auxiliam no desenvolvimento organizacional das empresas pesquisadas.

1.5 Justificativa

As competências empreendedoras de oportunidade tem sido objeto de estudo de diversos pesquisadores nas últimas décadas, principalmente devido às características particulares dos empreendedores e do desafio que é criar e desenvolver um novo negócio (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011). Foi então realizada uma busca em 01 de julho de 2019 nos documentos disponíveis no Portal Periódicos Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), sendo verificado que nos últimos 10 anos existem

apenas 67 artigos que relacionam os termos “competências de oportunidade” e “aprendizagem empreendedora”.

Esta pesquisa no CAPES reforça o que Zampier e Takahashi (2011) e Dias e Martens (2015) relatam, onde a literatura que analisa e conecta as competências empreendedoras com a aprendizagem empreendedora ainda é bastante incipiente, carecendo de mais pesquisas que estudem a inter-relação entre estas duas áreas. Desse modo o presente estudo pode ser uma contribuição para a academia através da realização da revisão teórica e da análise empírica desta relação.

Tendo em vista que, para Queiroz e Paradela (2017), o estudo das indústrias criativas ainda está em constante evolução, a presente pesquisa pode gerar mais do que o benefício acadêmico, servindo também como suporte para a criação de novas estratégias para a educação e capacitação dos empreendedores deste setor. Contribuindo também para a criação de políticas públicas e tecnologias sociais, a exemplo das voltadas para reduzir a mortalidade das Pequenas e Médias Empresas do Brasil (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011).

Além disso há também uma contribuição local, que fortalecerá o entendimento do papel do Armazém da Criatividade Caruaru para o processo de aprendizagem de competências de oportunidade vivido por parte dos indivíduos que fazem parte do seu ecossistema. Uma vez que este espaço busca convergir estrutura, pessoas e qualificação para fomentar o desenvolvimento de novos negócios inovadores (GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014), ou seja, unir empreendedores em um contexto propenso a observação de novas oportunidades de negócio.

Em virtude do contato próximo com o espaço do Armazém da Criatividade Caruaru e com os empreendedores que fazem parte do seu ecossistema, surgiu o interesse nos autores desenvolverem o presente estudo buscando compreender um recorte do impacto que esta estrutura tem para os indivíduos que dela fazem parte.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O sujeito empreendedor

Ao referir-se ao empreendedor é de grande relevância iniciar a discussão apresentando seu conceito, onde este pode ser compreendido como a pessoa que busca gerar riquezas e desenvolvimento através da utilização de conhecimento para criação de novos produtos ou serviços, estando estes geralmente atrelados a alguma forma de inovação (DOLABELA, 2008). Em complemento a esta definição, Fillion (1999; 2017) destaca que o empreendedor é um indivíduo de excelente capacidade de criar e atingir seus objetivos, trabalhando sempre de forma criativa, e desenvolve uma forte correlação com o ambiente o que lhe permite enxergar novas oportunidades de negócio.

Uma das formas de identificar o empreendedor é analisando os papéis que o mesmo precisa assumir ao iniciar o seu negócio, sendo estes os de: empreendedor, empresário, executivo e empregado (DEGEN, 2009). Segundo o mesmo autor, estes papéis podem variar sua importância de acordo com o nível de risco assumido pela empresa, onde as funções de empreendedor e empresário são mais voltadas para as organizações que estão ligadas a inovação e onde o risco é mais elevado; enquanto que os papéis de empregado e executivo estão atrelados aos ramos que lidam com um maior nível de segurança (DEGEN, 2009).

Este empreendedor e o próprio empreendedorismo estão intrinsecamente ligados às mudanças econômicas, onde estas podem acontecer através da criação de uma forma nova de realizar as coisas (SCHUMPETER, 1961). Dessa forma a atividade empreendedora afeta diretamente a criação de novas oportunidades de negócio e, conseqüentemente, a economia, uma vez que o seu aumento pode promover o desenvolvimento regional, através do acréscimo da produção e conseqüentemente da renda, acarretando assim mudanças sociais e no modelo dos negócios vigentes (HISRIC; PETERS; SHEPHERD, 2009; GUERRERO; URBANO; FAYOLLE, 2016).

Em contraposição a esta perspectiva, Degen (2009) mostra que a riqueza obtida através do empreendedorismo nos últimos quarenta anos não diminuiu a pobreza tanto quanto o esperado, principalmente em países subdesenvolvidos como o Brasil. Segundo o mesmo autor este fato está atrelado a motivação da atividade empreendedora, uma vez

que esta pode ser subdividida em: empreendedores motivados por necessidade e motivados por oportunidade (DEGEN, 2009).

De acordo com Degen e Mello (1989), os negócios motivados pela necessidade tendem a ser desprovidos de tecnologias e são fundamentalmente voltados para a sobrevivência, não representando assim um fator gerador de desenvolvimento econômico para o país. O real impacto econômico, por sua vez, acontece quando os empreendedores são movidos por oportunidade, uma vez que estes acabam gerando mais riquezas e empregos por estarem envolvidos com a criação de novos produtos ou serviços, atrelados principalmente com a inovação (DEGEN; MELLO, 1989; DORNELAS, 2008; VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

Esta motivação acontece também no setor da economia criativa e cultural uma vez que, conforme apontam Sanguinet, Calvete e Waismann (2016), estas economias se firmam pela vasta gama de novas oportunidades de desenvolvimento de produtos e serviços culturais e simbólicos que originam, por sua capacidade de mobilizar a sociedade e de gerar retorno econômico. Para tal impacto, a criatividade é um elemento fundamental para que sejam gerados bens e serviços que possuem valor agregado e que se destacam no mercado (SANGUINET; CALVETE; WAISMANN, 2016).

Sendo assim fica claro que a figura do empreendedor é uma parte chave desse processo. Conforme Shane e Venkataraman (2000) o ato de empreender depende do indivíduo e de sua capacidade de identificar a oportunidade, sendo este responsável também pela decisão de investir nela. Ou seja, o cerne do empreendedorismo está na capacidade de identificar as oportunidades de negócio e de investir nestas (FILION, 1999, 2017).

2.2 Aprendizagem Empreendedora

É relevante iniciar definindo o conceito de aprendizagem, onde este pode ser compreendido como uma mudança que surgiu em decorrência de alguma vivência anterior e que pode ou não alterar o comportamento do indivíduo (FLEURY, FLEURY, 2008). Dentro da temática de aprendizagem é possível identificar também a vertente empreendedora do estudo.

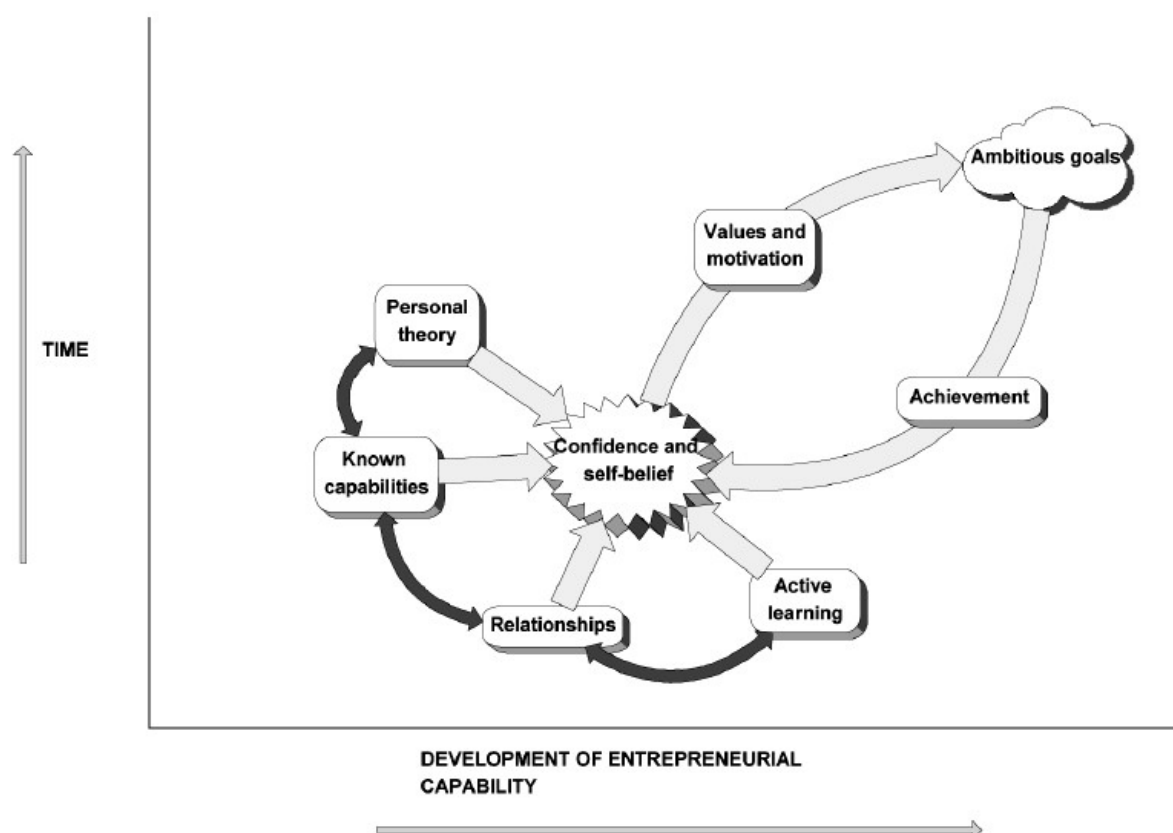
A aprendizagem empreendedora, segundo Rae e Carswell (2000), pode ser entendida como um processo social em que os indivíduos aprendem a partir de suas

experiências e da observação da vivência de terceiros. Estas pessoas criam suas próprias teorias e as refinam de acordo com a sua experiência de vida, sendo que as práticas aplicadas e bem-sucedidas servirão, por sua vez, para a aprendizagem dos outros empreendedores (RAE; CARSWELL, 2000).

Em complemento a esta definição, Politis (2005) e Dias e Martens (2015) apontam que a aprendizagem empreendedora é uma forma de adquirir o conhecimento necessário para que os empreendedores tenham sucesso durante o processo de criação e administração de seus novos negócios. Dessa forma é perceptível que os empreendedores tendem a aprender de forma mais eficiente a partir de experiências práticas, através dos seus sucessos, fracassos e da observação da vivência de outras pessoas (RAE; CARSWELL, 2000).

O quadro 1 apresenta o modelo de aprendizagem empreendedora que, conforme apresentam Rae e Carswell (2000), foi desenvolvido através da percepção da teoria na história de vida dos empreendedores.

Quadro 1 – Modelo de aprendizagem empreendedora.



Fonte: Rae e Carswell (2000, p.225).

Este modelo, apresentado no quadro 1, traz que a capacidade empreendedora pode ser aprendida através de fatores característicos do empreendedor sendo estes a motivação, a autoconfiança, a auto-eficácia, a criação de metas ambiciosas, as relações interpessoais, as experiências vividas, as capacidades aprendidas e pela habilidade de aprender rápido e refletir sobre esse processo (RAE; CARSWELL, 2000).

Buscando aprofundar a compreensão da aprendizagem empreendedora, é observada a metodologia de análise criada por Rae (2004), tendo em vista que esta já foi testada empiricamente diversas vezes através de pesquisas realizadas pelo autor. Este modelo, que servirá de base para este estudo, examina o indivíduo em seu contexto social e é dividido em três dimensões principais de análise sendo estas: a formação pessoal e social, a aprendizagem contextual e o empreendimento negociado (RAE, 2004).

A primeira dimensão é a de formação pessoal e social, sendo esta formação o contexto em que o empreendedor desenvolve a sua identidade e onde ele transmite os seus sentimentos, desejos e aspirações para o futuro (RAE, 2004). Esta identidade empreendedora é influenciada pelas relações familiares, pelas experiências na carreira, pelas relações sociais e pela educação do indivíduo (RAE, 2004). Em concordância a esta perspectiva o estudo, feito por Farashah (2015), trás que os fatores demográficos, institucionais e cognitivos são aspectos que podem influenciar no processo de desenvolvimento da intenção empreendedora.

Já a dimensão de aprendizagem contextual, para Rae (2004), acontece através do compartilhamento das experiências individuais das pessoas de um mesmo setor e de uma mesma cultura, onde estas vivências criam significado e teorias sobre as práticas empreendedoras. Em reforço a essa proposição, Soetanto (2017) apresenta que o *networking* construído pelos empreendedores varia de acordo com os desafios vividos por ele, sendo essa uma forma de aprendizagem experiencial que está principalmente voltada para lidar com questões como gestão, superação de crises e ameaças externas.

Dessa forma é através da experiência social, vivida na dimensão da aprendizagem contextual, que os indivíduos se desenvolvem de forma intuitiva e conseguem identificar a relação entre os aspectos do cotidiano e as ações empreendedoras, podendo desenvolver assim as habilidades necessárias para identificar uma oportunidade (RAE, 2004).

Por fim Rae (2004) mostra a dimensão do empreendimento negociado, que se refere aos objetivos e aspirações do empreendedor a partir das inter-relações deste com os demais membros de sua rede de relacionamentos. Segundo o mesmo autor, esta

dimensão trata questões como parcerias, mudanças nos papéis ao longo do tempo, conhecimentos, estruturas e práticas compartilhadas (RAE, 2004).

Um exemplo da importância desta dimensão é retratado pela pesquisa realizada por Frow, Mccoll-Kennedy e Payne (2016), que sugere que o indivíduo em sua gestão deve considerar os membros do seu ecossistema como possíveis colaboradores para o desenvolvimento de parcerias, não focando apenas em estratégias imediatistas.

É percebido então que o processo de aprendizagem empreendedora é fortemente influenciado por experiências passadas dos indivíduos, sendo estas positivas e que geram segurança, ou sendo negativas que incentivam a busca de possibilidades e de novas formas de enfrentar os desafios (MAN, 2006). Dessa forma o processo de aprendizagem através da experiência é um caminho utilizado para a criação e o desenvolvimento de competências empreendedoras, sendo assim uma forma de habilitar os empreendedores a gerirem melhor os seus novos negócios (POLITIS, 2005).

2.3 Competências de oportunidade

O estudo das competências surgiu como forma de desenvolvimento estratégico no qual o indivíduo é o centro deste processo. Este passa a ser avaliado de acordo com fatores como as suas habilidades, atitudes e capacidades de influenciar e mobilizar as pessoas (BOAS; ANDRADE, 2009). As competências são analisadas também dentro do campo do empreendedorismo onde, segundo Man e Lau (2000), as competências empreendedoras podem ser entendidas como as características que destacam determinados indivíduos, uma vez que suas atitudes são influenciadas por suas habilidades, conhecimentos e traços de personalidade.

Dentro do estudo das habilidades individuais é possível identificar aquelas que são típicas dos empreendedores, sendo estas divididas em habilidades técnicas, administrativas e a habilidade empreendedora pessoal (HISRIC; PETERS; SHEPHERD, 2009). Segundo os mesmos autores, a habilidade técnica trata dos fatores relacionados ao conhecimento especializado sobre o assunto e também sobre a postura pessoal e profissional do indivíduo, uma vez que esta influencia a relação com a equipe de trabalho; já a habilidade administrativa trata de questões mais voltadas ao processo de tomada de decisão e outras atividades mais específicas; por fim quando se trata das habilidades empreendedoras pessoais é levado em conta a capacidade de se arriscar,

inovar, liderar, persistir e orientar para mudanças (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Dessa forma as competências empreendedoras pessoais podem ser percebidas através da observação do comportamento adotado pelo indivíduo que resulta no desenvolvimento empresarial (MAN; LAU, 2000). Para os mesmos autores, estas competências empreendedoras podem ser subdivididas em sete áreas de comportamento que possuem características específicas, sendo estas: a área de competências por oportunidades, que trata da capacidade que o empreendedor possui de procurar e identificar oportunidades; as competências de relacionamento que trazem a capacidade de construir e manter um bom e frutífero relacionamento com os *stakeholders* da organização; as competências conceituais que estão voltadas para o instinto e a conhecimento adquirido pelo empreendedor durante a sua carreira; e as competências administrativas que mostram a necessidade de habilidades gerenciais para lidar com os desafios internos e externos a organização (MAN; LAU, 2000).

Outra área do comportamento empreendedor é a das competências estratégicas, que tratam do planejamento, do conhecimento e das metas empresariais de curto e longo prazo; já as competências de comprometimento, por sua vez, abordam a habilidade de se dedicar ao negócio e de trabalhar duro pelo sucesso deste; e por fim são abordadas as competências de suporte que estão mais voltadas para o empreendedor e suas características pessoais (MAN; LAU, 2000).

O presente estudo foca em analisar a competência empreendedora de oportunidade que trata da capacidade que o empreendedor possui de procurar e identificar oportunidades de negócio (MAN; LAU, 2000). Esta competência foi escolhida tendo em vista que, segundo Fillion (1999; 2017), a habilidade de conseguir entender o ambiente antes de tomar uma decisão é fundamental para os empreendedores. Uma vez que o empreendedor determina seus objetivos necessita de tempo, engajamento e criatividade para planejar os passos para alcança-los.

Em reforço a isto, após análise, Zampier e Takahashi (2011) identificaram que os estudos da área apontam para as competências empreendedoras de oportunidade e de estratégia como sendo as mais abordadas e relevantes para estudo. Estes autores ressaltam também que o desenvolvimento individual depende da aprendizagem, e esta por sua vez é uma etapa fundamental para a aquisição de competências (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011). Dessa forma o presente estudo foca em analisar como se deu o processo de

aprendizagem no desenvolvimento da competência de oportunidade por parte dos empreendedores, onde esta competência lhes permite identificar novas possibilidades de negócio.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção irá tratar dos procedimentos de operacionalização da pesquisa, descrevendo os procedimentos metodológicos utilizados. Este capítulo será subdividido nas seguintes seções: a tipificação da pesquisa, que trata da abordagem e a natureza da pesquisa, incluindo também o modelo de variável de pesquisa; a descrição do *lôcus* que foi realizado o estudo; as características do sujeito da pesquisa; o instrumento e os procedimentos utilizados na coleta de dados; aspectos éticos da pesquisa e o método de análise de resultados.

3.1 Tipificação da pesquisa

A análise qualitativa visa trazer a dimensão da subjetividade aos fenômenos que estão sendo estudados, conseguindo contribuições relevantes através da análise do depoimento de um grupo de pessoas que representem a exemplaridade do público pesquisado (DEMO, 2000). Segundo o mesmo autor, a pesquisa qualitativa permite a geração de um material mais dinâmico, o que permite uma maior flexibilidade para perceber o fenômeno pesquisado (DEMO, 2000). Dessa forma é perceptível que uma das principais vantagens da falta de estrutura, característica da análise qualitativa, é que esta permite a descoberta de questões que poderiam passar despercebidas em um questionário fechado (HAIR et al., 2005).

A presente pesquisa utilizou-se da abordagem qualitativa para basear a sua análise, tendo também um caráter explicativo. Este caráter explicativo busca ir além de descrever e analisar o fenômeno, abarcando também a investigação de quais as causas do mesmo (SEVERINO, 2007). Sendo assim a pesquisa foi realizada buscando identificar e confirmar os principais pontos da teoria, analisando os conceitos dos temas tratados no referencial, buscando compreender as características desse empreendedor, como foi o seu processo de aprendizagem empreendedora e como ele vem desenvolvendo a competência de identificar as oportunidades de negócio; mas tentando também compreender a origem e a motivação que guiou as práticas dos empreendedores entrevistados.

Esta pesquisa pode ser caracterizada como um estudo de desenho transversal, uma vez que este tipo de desenho permite o estudo de um recorte da realidade e a análise de fatores administrativos, em um determinado período no tempo (HAIR et al., 2005). A

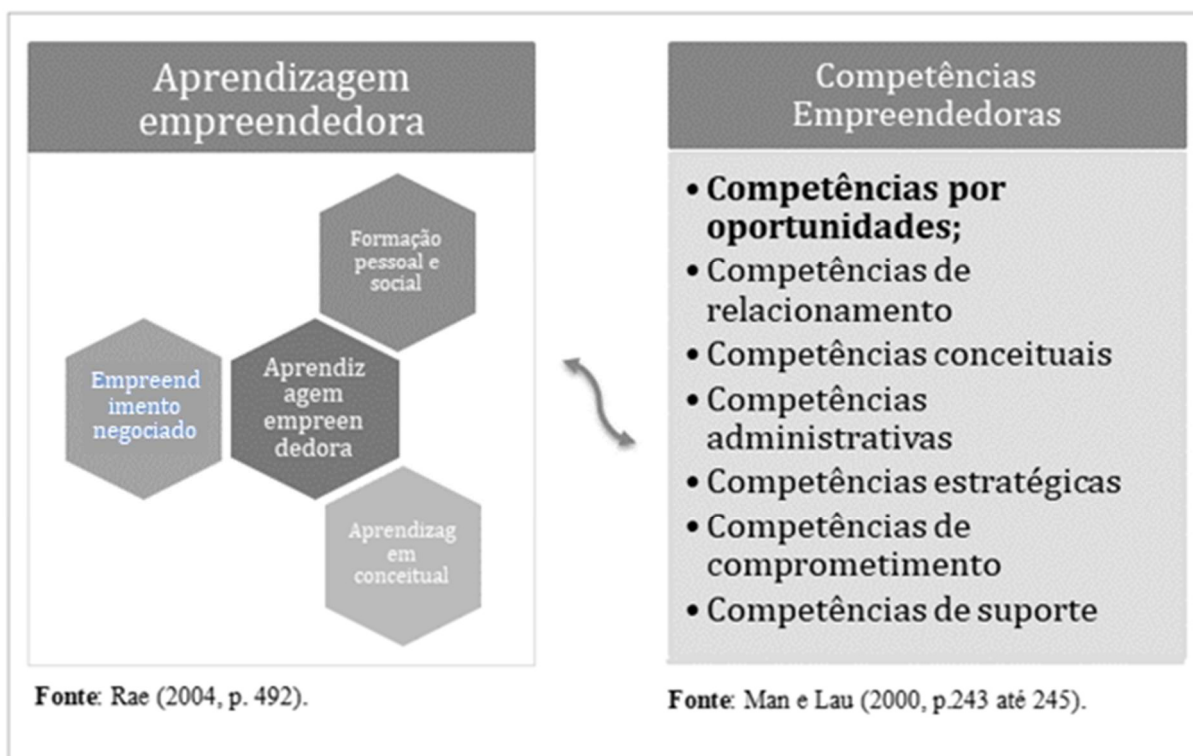
presente pesquisa se deu através do estudo de casos múltiplos realizado por meio da coleta de dados, visto que o estudo de caso é um método que se concentra na análise de casos específicos que são relevantes e representativos (SEVERINO, 2007).

Em síntese, esta pesquisa tem uma abordagem qualitativa, possuindo um caráter explicativo, com desenho transversal e se trata de um estudo de caso realizado através da coleta de dados, uma vez que visa identificar qual a contribuição das atividades de aprendizagem empreendedora no processo de geração e desenvolvimento de competências de oportunidade, nos micro e pequenos empresários do Armazém da Criatividade Caruaru.

3.1.1 Modelo e variáveis da pesquisa

Tendo como base o conceito das competências empreendedoras de Man e Lau (2000), juntamente com o modelo de análise da aprendizagem empreendedora desenvolvido por Rae (2004), foi desenvolvido o quadro 2 que resume a inter-relação entre os conceitos que foram analisados durante este estudo.

Quadro 2 – Modelo conceitual da pesquisa.



Fonte: Adaptado de Rae (2004, p.492) e Man e Lau (2000, p.243 até 245).

Este quadro 2 busca exemplificar de forma mais adequada a tipificação da pesquisa, demonstrando as suas variáveis, através da elaboração do modelo conceitual desta pesquisa.

3.2 Descrição do *locus* da pesquisa

A presente pesquisa foi realizada no Armazém da Criatividade Caruaru, sede do Porto Digital no interior do Estado de Pernambuco. Este espaço inaugurado em 2015 têm por objetivo proporcionar oportunidades de pesquisa e convergir conhecimentos e informações, em prol da igualdade regional de acesso a estes recursos (GOVERNO NO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014).

Este espaço busca unir de forma espacial, funcional e operacional um conjunto de fatores que dão suporte ao desenvolvimento através do conhecimento e da inovação; sendo assim é um lugar de convergência de pessoas, tecnologias e serviços qualificados que fornece infraestrutura para o surgimento de novos empreendedores e de ideias inovadoras (GOVERNO NO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014).

3.3 Sujeitos de pesquisa

Os sujeitos da pesquisa são os empresários, proprietários de micro e pequenas empresas, que fazem parte do ecossistema do Armazém da Criatividade Caruaru. Estes empreendedores foram selecionados de acordo com a disponibilidade para realizar a pesquisa e todos eles fazem parte do ecossistema do Armazém da Criatividade, se enquadrando dentro das áreas de desenvolvimento de *software*, serviços de Tecnologia da Informação e da área de economia criativa.

Alguns destes empreendedores participaram de programas internos do Armazém da Criatividade, como por exemplo o *Mind the bizz* e o processo de incubação, possuindo contato direto com as capacitações, assessorias e mentorias que são fornecidas com exclusividade pela instituição. Vale destacar também que os entrevistados estão atualmente localizados nas salas empresariais, no co-working ou fazendo parte da atual turma de incubação do Armazém da Criatividade Caruaru.

3.4 Instrumento de coleta de dados

A entrevista semiestruturada é uma técnica de pesquisa que possui pontos previamente desenvolvidos e que possuem correlação. Este tipo de pesquisa ajuda a direcionar as respostas e a categorizar as mesmas sem perder a subjetividade do sujeito entrevistado (SEVERINO, 2007). Sendo assim a coleta de dados desta pesquisa foi realizada através de entrevistas semiestruturadas que seguiram pautas previamente definidas e elaboradas pelos autores.

As questões foram desenvolvidas através do protocolo de pesquisa, anexo no Apêndice A, que tinha como base os objetivos específicos do trabalho e os principais conceitos da literatura explorada no referencial teórico, sendo cada tópico do referencial subdividido em blocos de questões que abordam os principais aspectos tratados na teoria. Estas perguntas desenvolvidas também foram testadas através de uma entrevista piloto com uma empresa que faz parte do ecossistema do Armazém da Criatividade Caruaru, que validou a funcionalidade e a compreensão de cada uma das questões, visando minimizar os erros e otimizar o resultado obtido nas entrevistas.

3.5 Procedimentos de coleta de dados

Os responsáveis pela aplicação das entrevistas foram os autores deste estudo, sendo estas realizadas no próprio espaço do Armazém da Criatividade Caruaru e tendo como período de coleta de dados o mês de maio de 2019. As informações foram colhidas por meio da realização de entrevista semiestruturada com o sujeito da pesquisa, guiada pelos blocos de perguntas que foram elaboradas em um protocolo de pesquisa, que está em anexo no Apêndice A.

Foi realizado também um teste no qual a entrevista foi previamente aplicada, para validá-la e verificar a sua funcionalidade. Estas entrevistas foram aplicadas de forma presencial e individualmente com cada um dos empreendedores, que representavam diferentes empresas do ecossistema, sendo também gravadas em áudio para posterior transcrição e análise de dados.

3.6 Aspectos éticos e legais

Inicialmente todos os empresários que participaram da pesquisa assinaram um termo de compromisso, autorizando a utilização do conteúdo gravado na entrevista para fins acadêmicos. É fundamental destacar que será garantido o anonimato para todos os entrevistados, assim como para as empresas que eles criaram, tendo seus nomes substituídos por nomes fictícios tais como: Entrevistado 1, Entrevistado 2, etc. Os entrevistados também têm direito de fazer perguntas, obter uma cópia dos resultados e ter a privacidade respeitada.

Outro ponto relevante é que os empresários têm o direito de participar voluntariamente da entrevista, sendo assim também possuem o direito de desistir a qualquer momento. Cada um dos entrevistados foi informado desde o início do questionário sobre o objetivo desta pesquisa, os procedimentos que serão utilizados e os benefícios que este estudo busca trazer. Vale ressaltar também que os procedimentos desta pesquisa estão de acordo com o Comitê Ético de Pesquisa (CEP), da Universidade Federal de Pernambuco.

3.7 Análise dos resultados

Os dados obtidos através da entrevista foram transcritos, por meio de escrita direta dos áudios gravados em um arquivo no *Microsoft Word*. Em seguida foi criada uma planilha no *Microsoft Excel* que compila os principais pontos das respostas dos entrevistados, referente a cada uma das questões, para tal foi realizada uma categorização e seleção das principais partes da entrevista com cada um dos empreendedores. Este quadro de análise no *Microsoft Excel* contém a resposta, de forma sucinta, para cada uma das questões e serviu de base para a elaboração dos resultados.

O processo utilizado na revisão dos dados é a análise de conteúdo uma vez que este modelo se adequa a presente pesquisa, tendo em vista que ele faz uso de um conjunto de técnicas para analisar o que foi passado pelo entrevistado em seu processo de comunicação, havendo este sido feito por meio de falas ou textos, buscando identificar fatores que impactem nas variáveis estudadas (BARDIN, 2011). O processo de análise de conteúdo, segundo Bardin (2011) é subdividido em três etapas sendo estas a pré-análise,

a exploração do material e o tratamento dos resultados através da inferência e interpretação dos mesmos.

Este tipo de análise qualitativa ajuda a identificar como os fatores abordados na pesquisa estão presentes nas atividades diárias, nas atividades e na estratégia dos entrevistados (CÂMARA, 2013). Dessa forma a análise foi desenvolvida com o auxílio do quadro elaborado pelos autores, relacionando os dados obtidos através das entrevistas com os principais conceitos da pesquisa, que foram definidos por Fillion (1999), Rae (2004) e Man e Lau (2000). Buscou-se, então, identificar quais destes aspectos teóricos estão mais presentes nos discursos dos entrevistados e conseqüentemente quais destes influenciam mais o sujeito estudado.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A presente seção será subdividida de acordo com os pontos do referencial teórico, visando analisar a relação dos principais conceitos apresentados na teoria com o que foi identificado através da realização das entrevistas. Dessa forma este capítulo terá os seguintes subtópicos: caracterização dos entrevistados, o sujeito empreendedor, aprendizagem empreendedora que será dividido nas dimensões de formação pessoal e social, aprendizagem contextual e empreendimento negociado, e competência de oportunidade.

4.1 Caracterização dos entrevistados

Foi realizado um mapeamento das principais características dos empreendedores analisados, buscando ter uma visão mais global sobre seu perfil e identificando qual o seu sexo, idade, setor que se enquadra dentro do ecossistema do Armazém da Criatividade Caruaru e qual o seu tempo de mercado.

Quadro 3 – Perfil dos entrevistados.

ENTREVISTADOS	SEXO	IDADE (ANOS)	SETOR	TEMPO DE MERCADO (ANOS)
ENTREVISTADO 1	Feminino	30	Economia criativa	5
ENTREVISTADO 2	Masculino	28	Economia criativa	6
ENTREVISTADO 3	Feminino	24	Economia criativa	3
ENTREVISTADO 4	Masculino	41	Desenvolvimento de <i>software</i> e TI	2
ENTREVISTADO 5	Feminino	27	Economia criativa	1
ENTREVISTADO 6	Masculino	51	Economia criativa	2
ENTREVISTADO 7	Masculino	29	Desenvolvimento de <i>software</i> e TI	4

Fonte: Elaborado pelos autores.

O quadro 3 mostra o perfil dos entrevistados sendo perceptível que na amostra prevalecem empreendedores da área de Economia Criativa. Contudo, em geral, a pesquisa mostra um recorte bastante variado em relação a sexo, idade e tempo de mercado destes entrevistados, sendo este um fator positivo pois é possível analisar os aspectos do estudo com empreendedores em diferentes estágios da vida e do negócio.

4.2 O sujeito empreendedor

É relevante iniciar destacando que o sujeito da pesquisa está inserido no ecossistema do Armazém da Criatividade e isto significa que ele está em contato com diversos estímulos, visto que este espaço objetiva promover o aumento das oportunidades de acesso à informação, ao conhecimento e a pesquisa (GOVERNO NO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014). Dessa forma o empreendedor estará exposto a um ambiente que lhe incentiva a despertar a vocação de negócios, sabendo que é através da capacidade do empreendedor de identificar e investir em uma oportunidade que surgem os novos negócios (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Foi evidenciado por Degen (2009) que existem dois tipos de motivação para as pessoas empreenderem: por necessidade e por oportunidade. Porém as mudanças econômicas acontecem realmente quando os empreendedores criam novos produtos e serviços ao identificarem uma oportunidade de negócio que pretendem perseguir, como o GEM (2016) vem há muitos anos tentando demonstrar. É perceptível que os entrevistados identificam novas oportunidades de negócio principalmente através da análise de mercado, identificação das demandas e realização de testes.

“Primeiramente a gente analisa as demandas, que muitas vezes existem demandas que ainda não estão sendo atendidas por não existir um formato de produto ou serviço. Então a gente tenta identificar isso, e pra saber se dá certo ou não muitas vezes a gente só consegue tentando” (E2).

“De maneira geral eu sempre faço questão de fazer pesquisa de mercado sobre o tipo de empreendimento que estão em alta, que não estão em alta, sobre novas tecnologias, novos processos e inovação de maneira geral” (E7).

“Então acho que é encontrar dentro do nicho uma necessidade, algo que seja diferente mesmo diante de que seja tudo tão solucionado e tão igual, mas busca trazer uma diferença, uma inovação, uma forma de pensar e fazer diferente” (E1).

Através da análise das respostas é possível perceber que há tendência dos empreendedores, que fazem parte do ecossistema do Armazém da Criatividade Caruaru, de buscarem desenvolver novos negócios e produtos a partir de uma sistemática própria do Armazém de usar pesquisas de mercado, análise de demandas não atendidas, tendências, análise de tecnologias inovadoras num esforço de superar as altas taxas de insucesso empresarial, e aumentando as chances de identificar oportunidade que tenham potencial maior de gerar riquezas, empregos e impactar positivamente na economia (VENKATARAMAN, 2019).

Segundo Fillion (1999) os empreendedores são pessoas com ótima capacidade de criar e atingir objetivos, que tem muita criatividade e que interagem bastante com o meio ambiente para poderem perceber novas oportunidades. Nesta perspectiva os entrevistados possuem um suporte necessário do que precisa ser feito, porém alguns são mais metódicos e realizam planejamentos a exemplo do Entrevistado 1.

“Então acho que tem os objetivinhos, os objetivos até chegar no objetivão e organizando metas também, e tudo isso dentro de prazos e você se cobrando o cumprimento daqueles prazos, e realmente conseguir colocar em prática porque se não fica só no papel para sempre” (E1).

Por outro lado, alguns dos entrevistados tendem a seguir as recomendações sugeridas por Ries (2014), autor de grande sucesso entre empreendedores por oportunidade, que orienta para o desenvolvimento de hipóteses e testá-las antes mesmo de desenvolver objetivos e metas para o negócio, ou tendem a seguir seus instintos, observar o mercado e ouvir os membros mais velhos do seu setor.

“Eu sou o cara que segue muito pouco metodologias, vou muito no impulso” (E4).

“Então ao idealizar um novo negócio eu nunca transcrevi isso para objetivos e metas e sim mais para tentar validar hipóteses, tanto da parte do problema quanto da solução” (E7).

Dentro desse contexto foi analisado também o papel do Armazém da Criatividade Caruaru para a realização destas metas e para o desenvolvimento de novas ideias, visto que este é um espaço de fomento da economia criativa local e esta, por sua vez, possui um potencial enorme para produzir retornos econômicos e sociais (SANGUINET; CALVETE; WAISMANN, 2016).

“O Armazém ajudou a gente de duas formas tanto pela estrutura, que a gente teve mais liberdade para produzir materiais, e pela questão da visibilidade e do *networking*” (E2).

“Então todos os cursos que a gente fez transformaram, a importância do Armazém para o meu negócio eu diria, com certeza, que se não fosse o Armazém eu não estaria com esse negócio” (E4).

Dessa forma é possível perceber que o Armazém da Criatividade representou um espaço de desenvolvimento e aprimoramento dos negócios de todos os entrevistados. Este espaço contribuiu com os empreendedores principalmente por meio da oferta de capacitações, por promover o *networking* e por disponibilizar uma ótima infraestrutura. Ou seja, o Armazém funciona nos termos descritos por Feuerchute (2012), como um

ambiente de aprendizagem em que disponibiliza conhecimentos e experiências que tornam possível cada empreendedor realizar seu potencial.

4.3 Aprendizagem empreendedora

Esta seção trata de como os entrevistados aprendem, confrontando a teoria que diz que os empreendedores se desenvolvem por meio de suas conquistas e insucessos e pela observação das experiências de outras pessoas do setor (RAE; CARSWELL, 2000). Ou trazendo autores como Dias e Martens (2015), essa visão casa com reflexões de que no contexto do Armazém da Criatividade o conhecimento se torna a base de uma jornada de aprendizagem, em que os empreendedores têm chances de aprimorar o processo de aprender com os erros e desenvolver uma atitude comportamental favorável a identificação de novas oportunidades de negócio. Dessa forma cada um dos seguintes blocos visa analisar uma dimensão do indivíduo, em seu meio social, conforme o modelo de análise desenvolvido por Rae (2004).

4.3.1 Formação pessoal e social

Para compreender a identidade empreendedora dos entrevistados, é preciso analisar os fatores que lhes influenciaram durante a sua trajetória. Dessa forma é necessário olhar para a motivação, a educação, as experiências e influências de terceiros que impactaram no desenvolvimento dos sonhos e aspirações de cada um dos indivíduos (RAE, 2004).

Inicialmente foi perguntado o nível de escolaridade dos entrevistados e foi constatado que em sua maioria os empreendedores possuem formação superior, como bacharelados, e algumas especializações. Porém o Entrevistado 4 e o Entrevistado 6 destoam desse padrão uma vez que o Entrevistado 4 é autodidata, concluiu apenas o Ensino Fundamental 1 e atualmente está realizando uma especialização; enquanto o Entrevistado 6 possui o ensino médio completo.

Em sequência analisa-se a motivação que levou os entrevistados a empreenderem, sendo possível perceber que as principais motivações foram a vontade de contribuir com o local, a percepção de uma oportunidade e a vontade de ser dono do próprio negócio que surgiu de forma espontânea e intrínseca ao indivíduo.

“Eu comecei a empreender por um estímulo e uma vontade de contribuir localmente” (E1).

“Eu não sei se foi uma decisão, mas de repente eu me vi empreendendo” (E4).

“Eu desde de novo, desde pequeno, eu sempre tive um pé no empreendedorismo e nunca tinha percebido” (E7).

Após compreender como surgiu a vontade de empreender, a presente pesquisa traz também o questionamento sobre a influência de terceiros nessa vocação. Em relação a isto as respostas dos entrevistados foram variadas, mas em sua maioria houve alguma figura de referência que guiou esse caminho de empreendedor; estas figuras são normalmente membros da família, professores, patrões e as próprias pessoas do setor. Tais respostas de certa forma atualizam a discussão de Vale, Corrêa e Reis (2014) para quem as motivações para o empreendedorismo não necessariamente precisam se fixar no binarismo se é por oportunidade ou necessidade, havendo múltiplas motivações.

Continuando, dois dos entrevistados não tiveram nenhuma influência enquanto empreendedores, embora eles tivessem pessoas de referência em outros aspectos da vida. Dessa forma é possível perceber que a presença de um empreendedor e de uma figura de referência, embora não seja uma regra, é um fator que influenciou e inspirou os entrevistados a iniciarem as suas carreiras, o que Vale, Corrêa e Reis (2014) identificaram como influência externa e familiar para o empreendedorismo.

Por fim é importante compreender também o contexto que levou os entrevistados a ingressarem no ecossistema do Armazém da Criatividade, uma vez o ambiente em que os empreendedores estão influenciam a sua identidade já que, conforme aponta Rae (2004) e Vale, Corrêa e Reis (2014), é também influenciada pelas experiências de carreira e pelas relações sociais construídas pelo indivíduo. Desse modo podemos afirmar que existe uma confluência de motivações que complementam ou reforçam motivação por oportunidade.

Um fator comum entre todos os entrevistados é que eles tiveram experiências anteriores com o Armazém da Criatividade, antes mesmo de fazerem parte do seu ecossistema, seja pela participação em eventos, em palestras ou pela divulgação do espaço nas universidades e na TV.

“A gente estava em outra aula, de estamparia na época, e os meninos da Phytoplankton, que eram da primeira turma de incubação aqui do Armazém, foram lá e foram falar do armazém, da história deles, que eles estavam tentando no mercado... e eu achei aquilo ali massa!” (E3).

Outra questão que chamou a atenção foi que os Entrevistados 2, 4 e 7 conheceram o Armazém da Criatividade Caruaru antes mesmo da sua implantação, aguardaram a instalação do mesmo na cidade e se prepararam para participar do ecossistema, por vislumbrar o potencial de desenvolvimento que teriam.

Finalmente, com base nos ensinamentos de Rae (2004) e Farashah (2015) sobre formação pessoal e social do empreendedor, aqui percebemos que o contexto em que desenvolvem suas aspirações e intenções empreendedoras é influenciado pelas experiências anteriores, as relações sociais estabelecidas e pelas instituições que frequentam.

4.3.2 Aprendizagem contextual

Considerando que a dimensão da aprendizagem contextual acontece através do compartilhamento de experiências vividas pelas pessoas de um mesmo setor, como Rae (2004) fala, é interessante analisar então qual a relevância que a atuação desses indivíduos tem para os empreendedores entrevistados.

“Tanto quando as pessoas erram, e você pode aprender com o erro dos outros é fundamental, tanto aprender com o que elas já fazem tentando trazer para a realidade da gente e adaptar para que isso seja positivo” (E2).

“Sim, eu pesquiso muito então tem todas as empresas que são inspiração” (E5).

“A gente tem que se inspirar, não é copiar, mas a gente tem que se referenciar naquilo que dá certo, nas boas ideias, no que funciona e tá sempre se atualizando na nossa área é muito importante” (E1).

Dessa forma é possível perceber que houve uma unanimidade dos entrevistados quanto à importância de ficar atento as outras empresas do mercado e a buscar referências, inspirações e a se manter atualizado; concordando assim com o que foi proposto por Rae (2004).

Em seguida, buscando compreender o impacto dessa troca de experiências, foi questionado se estas já haviam inspirado o entrevistado a criar algo novo. A maioria dos entrevistados afirmaram que estas vivências de terceiros não impactaram diretamente na criação de um novo negócio, representando contribuições principalmente voltadas a ter novos *insights* de como promover a melhoria do negócio e de processos.

“Eu acho que não, o produto novo não; porque eu acho que isso é algo muito pessoal” (E5).

“Por essas pessoas do setor acho que influenciou mais em processos, em a gente ou melhorar ou substituir processos que não estavam dando tão certo por essas observações dessas referências” (E1).

Porém os Entrevistados 3, 4 e 7 destoam dessa perspectiva e afirmam o que Rae e Carswell (2000) já tinham constatado que as pessoas ao redor e as experiências trocadas com elas realmente lhes inspiraram a criar algo novo e a aprimorar o seu negócio.

“Foi justamente assim conversando com as pessoas, com elas dizendo que era impossível, que a gente disse: não! A gente vai tentar, porque se a gente não tentar qualquer outra pessoa tenta” (E3).

Considerando que Rae (2004) afirma que a vivência social dos empreendedores com outras pessoas do seu setor acaba gerando um aprendizado intuitivo, permitindo que estes indivíduos identifiquem questões do seu dia a dia nas ações desses empresários. Dessa forma é possível afirmar que esta proposição de Rae e Carswell (2000) e Rae (2004) foi percebida na realidade dos entrevistados, uma vez que eles valorizam e aprendem realmente como melhorar o seu negócio baseado na troca de experiência e na observação das falhas e sucessos dos empreendedores do seu ramo de atuação.

Por último é analisado o papel que o Armazém da Criatividade tem, uma vez que esta instituição tem o objetivo de fomentar o empreendedorismo local e promover a integração de diversos atores da sociedade (GOVERNO NO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014). Em sua totalidade os entrevistados concordaram que o Armazém da Criatividade proporcionou, de alguma forma, experiências que promovessem a aprendizagem de alguma coisa nova. A exemplo disso há o que foi citado pelo Entrevistado 2: “[...] acredito que esses eventos de bate-papo, essas trocas de informação, ajudaram nesse processo de aprendizado”.

Um ponto interessante de observar é que os entrevistados que fizeram, ou fazem atualmente, parte do processo de incubação ou do *Mind the Bizz* foram claramente mais impactados pelos eventos que promovem o aprendizado do empreendedor, tais como mentorias, assessorias e consultorias.

“Há várias, como palestras, consultorias, tem vários momentos aqui de *networking* então a gente tem acesso a profissionais de várias partes do mundo” (E3).

“As imersões, as assessorias e as capacitações, elas todos são muito importantes” (E6).

Sendo assim é possível perceber através da experiência dos entrevistados que o Armazém da Criatividade conseguiu cumprir a sua função de fomentador, visto que ele é um espaço de convivência e aprendizagem para os empreendedores locais (GOVERNO NO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014). Há também um claro destaque para os indivíduos que participaram dos processos internos da instituição, uma vez que eles tiveram acesso a mais formas de aprendizagem tais como capacitações e participação em eventos diversos. Essa constatação corrobora a análise de Soetanto (2017) quando afirma que os relacionamentos construídos e experiências vivenciadas pelos empreendedores representam também formas de aprendizagem experiencial, fundamentais para lidar com os desafios típicos de se desenvolver novas oportunidades de negócio.

4.3.3 Empreendimento negociado

Segundo Rae (2004) o empreendimento negociado leva em consideração questões como parcerias, estruturas, práticas e conhecimentos compartilhados. Sendo assim o Armazém da Criatividade Caruaru pode ser compreendido como um espaço em que esta dimensão da aprendizagem pode ser percebida e desenvolvida.

Dessa forma, buscando compreender o papel do Armazém da Criatividade neste processo, os empreendedores avaliaram as suas vivências neste espaço. É possível afirmar que unanimemente todos os entrevistados afirmaram que a sua vivência foi principalmente positiva e que esta gerou resultados positivos para o empreendedor. São experiências vivenciadas, relacionamentos estabelecidos e conhecimentos adquiridos que são negociados durante o desenvolvimento do negócio e que são chaves para o sucesso dos empreendimentos (DIXON, 2017).

“Tem os aspectos positivos e o lado negativo, a parte positiva é por ter uma variedade grande de laboratórios, de ferramentas, de salas de reunião, enfim, e de a gente está em contato com diferentes pessoas, ter a possibilidade de fazer cursos e participar de palestras; isso foi muito positivo” (E2).

Conclui-se então que, mesmo apresentando algumas falhas, a experiência de participar e vivenciar o ecossistema do Armazém da Criatividade agregou valores de forma positiva aos entrevistados. Os impactos estão em sua maioria relacionados com a infraestrutura, o *networking*, troca de experiências, a possibilidade de utilizar os equipamentos e a visibilidade que o empreendedor ganha ao fazer parte deste espaço (RAE; CARSWELL, 2000; FLEURY, FLEURY, 2008; SOETANTO, 2017).

Considerando que o empreendimento negociado, segundo Rae (2004), trata dos objetivos do empreendedor partindo da influência de sua rede de relacionamentos; é interessante analisar a disposição dos entrevistados em convidar os seus amigos a fazer parte do Armazém da Criatividade, uma vez que estes fazem parte desta rede.

“Com certeza! Não só recomendaria, como eu recomendo sempre” (E4).

“Eu faço isso direto, tá? Então quando tô por dentro do *Mind the bizz* e incubadora eu sempre indico para amigos e outros empreendedores” (E7).

Foi percebido que, outra vez, todos os empreendedores entrevistados concordam que indicariam ou já indicam o espaço do Armazém da Criatividade para seus amigos fazerem parte, especialmente aqueles que tem um perfil empreendedor e que se enquadram com a proposta do local.

Finalmente buscando a visão mais completa, da perspectiva dos entrevistados, sobre o Armazém da Criatividade foram levantadas possíveis sugestões de melhoria ou críticas que estes tivessem para o espaço. Sendo assim é possível perceber que há uma demanda por um relacionamento mais aberto, com mais diálogo e inclusão por parte de todos os membros do ecossistema.

“Creio que uma política em relação a mais diálogo com as pessoas que fazem parte do ecossistema” (E3).

“Talvez só um contato mais próximo com as pessoas que estão no Armazém, por parte das pessoas da administração com as pessoas, e um controle maior sobre os laboratórios” (E2).

Há também sugestões mais focadas nos processos internos, como a incubação, em que foram levantados como pontos a oferta de consultorias específicas para cada ramo de atuação das empresas incubadas, trazer mais investidores e apresentar mais editais para estas empresas.

“Ele não trouxe pessoas do meu segmento para conversar, ele abriu portas em outros cantos que eu fui lá e busquei por várias pessoas, mas não oficialmente como mentor, como pessoa de capacitação” (E7).

“Acho que também apresentar mais editais e trazer mais investidores, acho que isso também alavancaria muito negócio” (E5).

Finalmente é possível que, apesar dos pontos a melhorar, o Armazém da Criatividade Caruaru consegue se mostrar como um bom espaço que fornece estrutura para o desenvolvimento de parcerias, interrelações entre os empreendedores, troca de conhecimentos e práticas, sendo então um ambiente que promove a dimensão do empreendimento negociado tratada por Rae (2004) e Dixon (2017).

4.4 Competência de oportunidade

Uma vez que o presente estudo trata do processo de aprendizagem da competência de identificação de oportunidade e esta habilidade, conforme trás Filion (1999, 2017), é fundamental para que o empreendedor seja capaz de compreender o ambiente ao qual ele faz parte e determinar os seus objetivos. Sendo assim foi analisado o impacto do ecossistema do Armazém da Criatividade Caruaru nas ideias de negócio e se este espaço influenciou a criação de novas ideias.

“Então o que a gente levou de lá foi a maturidade e o espelho em outros profissionais que já estavam no mercado e passaram esse exemplo para a gente” (E1).

“A gente começou a fazer alguns produtos que a gente não teria como, justamente com os laboratórios do Armazém” (E2).

“No início a gente queria ser prestadora de serviços e no Armazém, como eu falei, a gente amadureceu e desenvolveu o nosso negócio, cresceu o nosso negócio” (E3).

Então é possível concluir que o ambiente conseguiu contribuir de forma positiva para todos os entrevistados, seja por fornecer um maior acesso a equipamentos ou a informações. Dessa forma é gerado um maior desenvolvimento e melhoramento do negócio ou do próprio empreendedor, ou seja, a experiência prática do empreendedor aliada ao contexto do ambiente externo são aspectos que impactam na competitividade das empresas (MAN; LAU, 2000; 2005).

Tomando por base que o desenvolvimento do empreendedor está intimamente ligado com o seu processo de aprendizagem, é percebido que este é um canal pelo qual o indivíduo consegue aprimorar a sua aquisição de competências (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011). Então é possível entender o Armazém da Criatividade, a partir da perspectiva dos entrevistados, como um ambiente de estímulo ao processo de aprendizagem e desenvolvimento de novos comportamentos.

“Eu acho que o Armazém foi um cenário para a gente amadurecer porque quando você tem visibilidade, você tem mais demanda, e quando você tem mais demanda você tem mais responsabilidade para cumprir aquela demanda” (E1)

“Você sempre tá conversando com alguém, ouvindo conversa dos outros aqui também, que é legal isso também faz com que a gente aprenda de forma subliminar” (E4)

Finalmente, sabendo que as competências empreendedoras de um indivíduo, como apontado Man e Lau (2000), podem ser influenciadas por suas habilidades, conhecimentos e traços de personalidade; é interessante entender se foi gerado algum impacto na ideia de negócio do empreendedor pelos relacionamentos estabelecidos no Armazém da Criatividade, através da rede de *networking* construída.

“Então desde o início até hoje o Armazém faz essa diferença nesse *networking*, sempre tem gente nova andando aqui pela região, vindo visitar, que acaba agregando muito” (E7).

“Se a gente hoje tem algum reconhecimento de outros Estados é porque a gente conseguiu fazer esse *networking* aqui” (E3).

Foi percebido que os relacionamentos construídos no espaço acabaram contribuindo positivamente para cinco dos entrevistados, eles conseguiram ver ganhos nos seus negócios por conhecerem novas pessoas e indivíduos de áreas complementares

Em contraposição, o Entrevistados 1 e o Entrevistado 4 discordaram dessa perspectiva, informando que o *networking* construído no Armazém da Criatividade foi um dos pontos que mais deixou a desejar, não atingiu a expectativa dos empreendedores e não foi responsável por nenhum impacto significativo no negócio.

Por fim conclui-se que este ambiente contribui de forma positiva para o aprendizado da competência de identificação de oportunidade pelos entrevistados, conforme sugere Man e Lau (2000; 2005), onde estes os empreendedores potencializam a sua capacidade de enxergar novas oportunidades.

“A diferença vem do aprendizado, assim, a gente pega da cultura deles, do pessoal e a gente termina consumindo. Isso faz com que a gente se potencialize mais como empreendedor para buscar *match* nas empresas estão lá fora” (E4).

Estes aprendizados desenvolvidos pelos entrevistados no Armazém da Criatividade foram importantes para a determinação dos seus objetivos individuais, empresariais e para o planejamento dos passos necessários para alcança-los. Esta realidade reforça o que é tratado na teoria, por Man e Lau (2000; 2005), em que as competências empreendedoras são percebidas no comportamento do indivíduo e que este acaba gerando um maior desenvolvimento empresarial.

5 CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

O presente estudo se propunha a identificar como a aprendizagem empreendedora auxilia no processo de geração e desenvolvimento de competências de oportunidade, nos micro e pequenos empresários do Armazém da Criatividade Caruaru. A partir da discussão realizada e da análise dos resultados foi possível perceber que, para os empreendedores entrevistados, fazer parte do ecossistema do Armazém da Criatividade representa um diferencial no seu processo de aprendizagem e consequentemente na sua capacidade de identificar novas oportunidades de negócio.

Em suma é possível perceber que, para as empresas analisadas, o Armazém da Criatividade representa um local de desenvolvimento que contribui principalmente com capacitações, *networking* e pela infraestrutura, sendo então caracterizado como um local que fornece conhecimentos e vivências para o alcance do potencial do empreendedor (FEUERCHUTE, 2012). Conclui-se também que estes empresários estão inseridos em um contexto que proporciona a criação de novos negócios por meio de sistemáticas próprias, onde o empreendedor tenta identificar uma oportunidade por meio da validação de ideias e das análises de mercado, das tendências e de tecnologias inovadoras. Esta característica corrobora com a percepção de Fillion (1999; 2017), que traz o empreendedor como o indivíduo que consegue criar e atingir seus objetivos, mantendo-se também atento ao ambiente no qual está inserido.

Em resumo é possível perceber quanto a formação pessoal e social que o desenvolvimento da aspiração empreendedora, para a maioria dos entrevistados, sofreu influência de alguma figura de referência, de suas vivências anteriores, relacionamentos construídos e o contexto do qual ele faz parte. É identificado também uma variedade de motivações que levaram os entrevistados a empreenderem destacando-se principalmente o desejo intrínseco de ser dono do próprio negócio, a percepção de uma oportunidade e a vontade de contribuir localmente. Dessa forma o estudo corrobora com a discussão de Vale, Corrêa e Reis (2014), que trata da motivação para empreender como algo que não precisa apenas se ater as opções de necessidade e oportunidade.

Quanto a aprendizagem contextual foi percebida que as trocas de experiências e a observação de outras pessoas do ramo de atuação representaram uma forma de aprendizado para o entrevistado, principalmente voltado para o aprimoramento do negócio, o que reforça a teoria proposta por Rae (2004) e Rae e Carswell (2000). Em

relação ao Armazém da Criatividade os empreendedores concordaram que ele contribuiu e proporcionou situações que geraram a aprendizagem de alguma coisa nova, servindo também como um espaço para o desenvolvimento de aprendizagem experiencial, sendo isto um fator relevante uma vez que, segundo Soetanto (2017), as vivências e os relacionamentos construídos são fundamentais para lidar com os desafios de desenvolver uma oportunidade de negócio.

Concluindo a análise da aprendizagem empreendedora foi notável que o ecossistema do Armazém da Criatividade impactou positivamente os entrevistados, embora ainda haja algumas falhas, principalmente por meio de sua infraestrutura e maquinário, *networking*, experiências compartilhadas e a visibilidade gerada para seus membros (RAE; CARSWELL, 2000; FLEURY, FLEURY, 2008; SOETANTO, 2017). Este espaço consegue convergir pessoas e conhecimentos o que acaba promovendo a troca de experiências e o surgimento de parceria, refletindo assim o conceito do empreendimento negociado que é tratado por Rae (2004).

Por fim, através da perspectiva dos entrevistados, foi possível perceber que o Armazém da Criatividade é um espaço para aprendizagem e desenvolvimento de novos comportamentos, onde esta mudança na atitude do indivíduo acaba gerando competências empreendedoras de oportunidade e que por sua vez impactam positivamente no desenvolvimento organizacional (MAN; LAU, 2000; 2005). Sendo assim participar deste ecossistema permite ao empreendedor ter mais probabilidade de identificar uma nova oportunidade de negócio, que poderá impactar positivamente na economia, através da geração de novos postos de trabalho e de riquezas (VENKATARAMAN, 2019).

É possível então perceber que a pesquisa conseguiu atingir os objetivos aos quais se propôs, de forma bastante satisfatória. Ao analisar os resultados obtidos é possível propor, como melhoria gerencial para o Armazém da Criatividade Caruaru, que se desenvolvam mais programas e eventos voltados para integrar todo o ecossistema buscando promover uma maior inclusão e diálogo entre todos que fazem parte deste espaço. Já em relação aos empreendedores que já participam desse meio a sugestão seria que tentassem se conectar mais frequentemente e de forma mais engajada uns com os outros, buscando explorar todo o potencial que uma rede de *networking* construída neste ambiente pode promover.

Por fim, como as principais limitações deste estudo tem-se o fato de que não foram realizadas muitas entrevistas, que a aplicação foi realizada apenas no Armazém da

Criatividade Caruaru não abarcando outros ecossistemas e estrutura que possuem propostas semelhantes; e que se limitou apenas a competências empreendedoras de oportunidade, fator este que acaba tornando o estudo muito restrito aos empreendedores que estão iniciando o desenvolvimento de seus negócios. Dessa forma este estudo tem potencial de ser replicado em outras instituições de fomento semelhantes ao Armazém da Criatividade, além de poder ser realizado buscando contemplar a relação das demais competências empreendedoras, apresentadas por Man e Lau (2000), com o processo de aprendizagem empreendedora de Rae (2004), analisando assim os aspectos característicos dos empreendedores e de empresas em outro nível de maturidade.

REFERÊNCIAS

- ANTONELLO, C. S. A metamorfose da aprendizagem organizacional: Uma revisão crítica. In: RUAS, R. L.; ANTONELLO, C. S.; BOFF, L. H. (Org.). **Os novos horizontes da gestão: aprendizagem organizacional e competências**. Porto Alegre: Bookman, 2005, p. 12-33.
- ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE. Quem somos. **Armazém da Criatividade**, 2018. Disponível em: <<http://armazemdacriatividade.org/#about>>. Acesso em: 03 de mar. de 2019.
- BOAS, Ana Alice Vilas; ANDRADE, Rui Otávio Bernardes. **Gestão estratégica de pessoas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70 Ltda, 2011.
- CÂMARA, Rosana Hoffman. **Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações**. Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia, v. 6, n. 2, p. 179-191, 2013.
- DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DEGEN, Ronald Jean; MELLO, Alvaro Augusto Araujo. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. McGraw-Hill, 1989.
- DEMO, Pedro. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2000.
- DIAS, Tânia Regina Frota Vasconcelos; MARTENS, Cristina Dai Prá. **Competências e Aprendizagem Empreendedora no Contexto de Insucesso Empresarial: Proposição de um Modelo Conceitual**. Desenvolvimento em Questão, v. 14, n. 33, p. 172-202, 2016.
- DIXON, Nancy M. **The organizational learning cycle: How we can learn collectively**. Routledge, 2017.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.
- FARASHAH, Ali Dehghanpour. **The effects of demographic, cognitive and institutional factors on development of entrepreneurial intention: Toward a socio-cognitive model of entrepreneurial career**. Journal of International Entrepreneurship, v. 13, n. 4, p. 452-476, 2015.
- FEUERSCHÜTTE, Simone Ghisi; ALPERSTEDT, Graziela Dias; GODOI, Christiane Kleinübing. **Empreendedorismo e competência: um ensaio sobre**

complementariedade e convergência dos construtos. Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, v. 10, n. 3, p. 509-538, 2012.

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo:** empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de administração, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FLEURY, Afonso; FLEURY, Maria Tereza Leme. **Aprendizagem e inovação organizacional:** as experiências de Japão, Coréia e Brasil. – 2. ed. – 8. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM (2016). **Empreendedorismo no Brasil – 2016.** Relatório Executivo, 2016.

GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO. **Bases conceituais e diretrizes de organização e funcionamento dos armazéns da criatividade.** Recife: Governo do Estado de Pernambuco, 2014.

GUERRERO, Maribel; URBANO, David; FAYOLLE, Alain. **Entrepreneurial activity and regional competitiveness:** evidence from European entrepreneurial universities. The Journal of Technology Transfer, v. 41, n. 1, p. 105-131, 2016.

HAIR, Joseph F. Jr.; BABIN, Barry; MONEY, Arthur H.; SAMOUEL, Phillip. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração.** Porto Alegre: Bookman, 2005.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo.** Porto Alegre: Bookman, 2009.

JULIEN, PIERRE ANDRE. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento.** Editora Saraiva, 2017

MAN, Thomas Wing Yan. **Exploring the behavioural patterns of entrepreneurial learning:** A competency approach. Education+ Training, v. 48, n. 5, p. 309-321, 2006

MAN, Thomas WY; LAU, Theresa. **Entrepreneurial competencies of SME owner/managers in the Hong Kong services sector:** A qualitative analysis. Journal of Enterprising Culture, v. 8, n. 03, p. 235-254, 2000.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. **Panorama da economia criativa no Brasil.** Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - Ipea, 2013.

POLITIS, Diamanto. **The process of entrepreneurial learning:** A conceptual framework. Baylor University: Entrepreneurship theory and practice, p. 399-424, 2005.

QUEIROZ, Audemir Leuzinger; PARADELA, Celia Lima. **Empreendedorismo, indústria criativa e economia criativa:** uma evolução conceitual. Revista Eletrônica Estácio Papirus, v.4, n.2, p. 124-146, 2017.

RAE, David. **Entrepreneurial learning**: a practical model from the creative industries. Education+ training, v. 46, n. 8/9, p. 492-500, 2004.

RAE, David; CARSWELL, Mary. **Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning**: the development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences. Education+ training, v. 42, n. 4/5, p. 220-228, 2000.

RIES, Eric. **Lean Startup**: Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen. Redline Wirtschaft, 2014.

SANGUINET, Eduardo Rodrigues; CALVETE, Cassio da Silva; WAISMANN, Artur Peluso. **Economia da cultura e economia criativa no Brasil**: uma análise conjuntural do mercado de trabalho (2014 - 2016). In: VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo (Orgs.). Economia criativa, cultura e políticas públicas. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Sebrae, 2013.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia de trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

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

SILVA, Fabiana Ferreira; FEITOSA, Marcos Gilson Gomes; AGUIAR, Virgínia do Socorro Motta. **Uma reflexão sobre as relações de parceria no APL de confecções do agreste pernambucano como elemento disseminador da inovação em redes interorganizacionais**. Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review), v. 13, n. 4, 2012.

SOETANTO, Danny. **Networks and entrepreneurial learning**: coping with difficulties. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 23, n. 3, p. 547-565, 2017.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. **Motivações para o empreendedorismo**: necessidade versus oportunidade?. RAC-Revista de Administração Contemporânea, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014.

VENKATARAMAN, Sankaran. **The distinctive domain of entrepreneurship research**. In: Seminal Ideas for the Next Twenty-Five Years of Advances. Emerald Publishing Limited, p. 5-20, 2019.

ZAMPIER, Marcia Aparecida; TAKAHASHI, Adriana Roseli Wunsch. **Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa.** Cadernos Ebape. BR, p. 564-585, 2011.

APÊNDICE A – PROTOCOLO DE PESQUISA

Quadro 4 – Protocolo de pesquisa.

APRENDIZAGEM EMPREENDEDORA COMO SUPORTE PARA O DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADE: UM ESTUDO ENTRE OS EMPRESÁRIOS INSERIDOS NO ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE CARUARU			
PERGUNTA DE PESQUISA	Como a aprendizagem empreendedora auxilia no processo de geração e desenvolvimento competências de oportunidade nos micro e pequeno empresários do Armazém da Criatividade Caruaru?		
OBJETIVO GERAL	Compreender a contribuição das atividades de aprendizagem empreendedora no processo de geração e desenvolvimento competências de oportunidade nos micro e pequeno empresários do Armazém da Criatividade Caruaru.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	COBERTURA TEMÁTICA	CONSTRUCTO	QUESTÕES
1- Descrever o contexto de aprendizagem dos micro e pequenos empresários dos setores de economia criativa e Tecnologia da Informação que operam a partir do Armazém da Criatividade de Caruaru.	O sujeito empreendedor	É uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Fillion (1999, p. 19)	5- Como você identifica que uma oportunidade de negócio vale a pena? 6- Ao perceber uma oportunidade de negócio, como você cria os objetivos e metas para atingi-la? 7- Como o Armazém da Criatividade lhe ajudou a ver ter novas ideias e realizar suas metas?
2- Analisar as experiências dos empreendedores através da abordagem de aprendizagem experiencial, baseada na prática, no contexto e na ação, e de se investigar o conhecimento obtido.	Aprendizagem Empreendedora Pode ser entendida como um processo social em que os indivíduos aprendem a partir de suas experiências e da observação da vivência de terceiros (RAE; CARSWELL, 2000).	1. Formação Pessoal e Social É o contexto em que o empreendedor desenvolve a sua identidade e onde ele transmite os seus sentimentos, desejos e aspirações para o futuro (RAE, 2004). Esta identidade empreendedora é influenciada pelas relações familiares, pelas experiências na carreira, pelas relações sociais e pela educação do indivíduo (RAE, 2004).	1- Qual é a sua formação acadêmica? 2- Porque você decidiu empreender? 3- Alguma pessoa ou experiência de vida influenciou a sua atuação como empreendedor (a)? 4- Como foi a sua trajetória para chegar ao Armazém da Criatividade? Como ficou sabendo deste espaço?

		2. Aprendizagem Contextual Acontece através do compartilhamento das experiências individuais de pessoas de um mesmo setor e de uma mesma cultura, onde estas vivências criam significado e teorias sobre as práticas empreendedores (RAE,2004).	8- Você considera relevante e utiliza a experiência de outras pessoas do seu ramo de atuação? 9- As experiências compartilhadas por pessoas do seu setor já lhe influenciaram a criar de um novo negócio? 10- Quais atividades promovidas pelo Armazém da Criatividade lhe ajudaram a aprender algo novo?
		3. Empreendimento NegociadoSe refere aos objetivos e aspirações do empreendedor a partir das inter-relações deste e os demais membros de sua rede de relacionamentos; esta dimensão trata questões como parcerias, mudanças nos papéis ao longo do tempo, conhecimentos, estruturas e práticas compartilhadas (RAE, 2004).	11- Qual a avaliação que você possui sobre a vivência no Armazém da Criatividade? Fez diferença e impactou, positiva ou negativamente? 12- Você recomendaria aos seus amigos participar do Armazém da Criatividade?13- Há alguma sugestão de melhoria ou crítica para o Armazém da Criatividade?
3- Identificar, pela ótica dos micro e pequenos empresários, como as competências de oportunidade auxiliam no desenvolvimento organizacional das empresas pesquisadas.	Competências de oportunidade	Tratam da capacidade que o empreendedor possui de procurar e identificar oportunidades. (MAN; LAU, 2000)	14- Quais aspectos da sua ideia de negocio mudaram depois de entrar no Armazém da Criatividade? Você desenvolveu alguma ideia nova? 15- O networking contruido no armazém fez diferença na sua ideia negocio?

Fonte: Elaborado pelos autores.