

EMPRENDEDORISMO: estudo de caso Grupo Stick Fran

SOUSA, Amanda Cristina da Silva Sousa.
LIMA, Dayane Batista da Silva Lima.
ALVES, Flávia Cristina Guidoni Alves.

Resumo

O presente artigo tem como objetivo identificar o comportamento empreendedor através de um referencial teórico para melhor compreender o tema, e em seguida, apresentar, através de um estudo de caso, o perfil do empresário Renato Raimundo, proprietário do Grupo Stick Fran, uma empresa o seguimento de componentes para calçados fundada na cidade de Franca em 1999, que devido à muita dedicação, persistência e ousadia tem alcançado sucesso. A partir do estudo proposto pretendem-se analisar como o empreendedor identificou a oportunidade, quais os obstáculos enfrentados e as estratégias utilizadas para se manter no mercado de trabalho e ser destaque no ramo em que atua. Trata-se de um estudo de caso em andamento, que será comparado com o referencial teórico.

Palavras-Chave: Empreendedor; Comportamento; Empreendedorismo; Grupo Stick Fran.

Introdução

O objetivo principal deste trabalho é conhecer melhor o empreendedorismo com ênfase no perfil empreendedor, descrevendo assim as características e habilidades utilizadas para alcançar o sucesso.

Em um mundo globalizado as mudanças são constantes, e em decorrência disto o empreendedorismo envolve varias formas de ser desenvolvido, como a dedicação, a persistência, a ousadia e a criação de algo novo a partir da identificação de oportunidades que aparecem nesse processo com objetivos para atingir o mercado. No primeiro capítulo será abordado como o empreendedorismo teve início no Brasil, e quais os tipos de empreendedorismos existentes.

Identificar oportunidades é a principal competência do empreendedor, e esta não é uma tarefa fácil, pois o mesmo precisa apresentar uma visão ampla e diferenciada, sendo esta uma das principais características encontradas no seu perfil. Para melhor entender este perfil, no segundo capítulo serão abordadas as características e motivações que levam uma

pessoa a empreender, destacando também os tipos de empreendedor e como eles elaboram um plano de negócios, afim de alcançar sucesso em seus empreendimentos.

Será realizado ainda um questionário com perguntas abertas, com o intuito de construir um estudo de caso, apresentando trajetória da empresa, como surgiu a ideia de entrar para este seguimento, quais foram as dificuldades encontradas para abrir a empresa e quais ferramentas utilizadas para atingir seu objetivo principal que é o reconhecimento da sua marca, e como chegou a ser destaque sendo uma das marcas mais lembradas no seguimento que atua.

1 Empreendedorismo

O empreendedorismo é um termo recente, principalmente para os brasileiros, pois somente começou a ser utilizado no Brasil na década de 90, e cada dia que passa cresce mais, junto com o processo de grandes empresas estatais e com a abertura de mercado interno.

A palavra empreendedor tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. No século XVII, ocorreram os primeiros indícios da relação entre assumir riscos e empreendedorismo, em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos.

O termo empreendedorismo foi utilizado pelo economista Joseph Schumpeter em 1950, como sendo uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações, trazendo riqueza através de novos produtos, novos mercados e novas formas de organização.

De acordo com Dornelas (2003)

Empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócios, tendo como foco a inovação e a criação de valor. As definições para empreendedorismo são varias, mas sua essência se resume em fazer diferente, empregar os recursos disponíveis de forma criativa, assumir riscos calculados, buscar oportunidades e inovar.

Atualmente, o termo empreendedorismo está sendo muito utilizado por ser um processo dinâmico e inovador. Contudo, “[...] o empreendedorismo tem se mostrado um grande aliado no desenvolvimento econômico, pois tem dado suporte à maioria das inovações que tem promovido esse desenvolvimento” (Dornelas 2003, p. 07).

Para melhor definição, empreendedorismo envolve o reconhecimento das oportunidades, que é um potencial valioso para a criação de produtos novos no mercado. Busca entender melhor como surge às oportunidades para criar novos produtos ou serviços, novos mercados, processos de produção, formas de organizar as tecnologias existentes ou matérias-primas e como são descobertas por pessoas específicas. (Baron, Shane 2007)

Segundo Dolabela (1999) “[...] oportunidade é uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor, seja através da inovação ou da diferenciação”.

Empreendedorismo é essencial nas sociedades, pois é através dele que as empresas buscam a inovação, e preocupam-se em transformar conhecimentos e oportunidades em novos métodos de produção. O empreendedor é sempre responsável pelo empreendedorismo, pelo fato de gerar lucros para a empresa, em valor para o cliente.

1.1 Empreendedorismos no Brasil

No Brasil pode se dizer que empreendedorismo está apenas começando. O primeiro curso de que se tem falado na área, surgiu em 1981, na escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, por iniciativa do professor Ronald Degen e se chamava “Novos Negócios” (Dornelas, 1999).

O empreendedorismo somente ganhou força no Brasil com a abertura das entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) que conta com o apoio do órgão Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

O SEBRAE é uma entidade com a missão de promover a competitividade e o desenvolvimento dos micros e pequenas empresas com o objetivo de estimular o empreendedorismo nos países.

Já SOFTEX é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público que desenvolve ações para promover a melhoria da competitividade da Indústria Brasileira de Software e Serviços de TI, que disponibiliza de recursos qualificados, tanto nas tecnologias como nos negócios.

Global Entrepreneurship Monitor é uma pesquisa internacional, realizada anualmente, em que mede a evolução do empreendedorismo em dezenas de países. O trabalho da equipe ainda permite identificar os fatores críticos que contribuem a iniciativa empreendedora e, também, da taxa de empreendedorismo.

Segundo um estudo da GEM (Dornelas 2008 p.13), o Brasil possui duas definições em empreendedorismo que são:

Empreendedorismo de oportunidade, em que o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riqueza. (Dornelas 2008 p.13).

Empreendedorismo de necessidade, em que o candidato ao empreender se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho. (Dornelas 2008 p.13)

As atividades empreendedoras no Brasil estão em constante crescimento, segundo a pesquisa realizada em 2012 pelo SEBRAE, revelou que a proporção dos brasileiros que deseja ter seu próprio negócio 43,5%, é superior a dos que desejam fazer carreira em empresas 24,7%. Em uma lista de 67 países, o Brasil aparece em quarto lugar em termos de números de empreendedores. São 37 milhões de pessoas que já possuem um negócio ou realizaram alguma ação, nos últimos meses, visando ter um negócio próprio. Em 2012, população adulta é de 30,2% entre 18 e 64 anos, esta envolvida na criação ou administração de um negócio. Entre 2002 e 2012 essa taxa apresentou um aumento de 44%.

Atualmente, o Brasil é um país dos primeiros a desenvolver uma relação com os números de pessoas que começam a empreender mais cedo.

1.2 Tipos de Empreendedorismo

1.2.1 Empreendedorismo Negócios

Empreendedorismo de negócio, a definição sobre ele é bem clara, como sendo a busca dos diferenciais competitivos, como vencer a concorrência, conquistar próprios clientes, e estar sempre alcançando a produtividade e os lucros necessários do empreendimento.

Segundo Morris e Kutatko, citado por Dornelas (2003), empreendedorismo possui quatro componentes principais como sendo: Processos, Criação de Valor, Recursos e Oportunidade.

Processos, os quais podem ser gerenciados, subdivididos em partes menores e que podem ser aplicado a qualquer contexto organizacional.

Criação de Valor, já que os empreendedores geralmente criam algo novo onde não havia nada antes. Esse valor é criado dentro das empresas e no mercado.

Recursos, ou seja, os empreendedores utilizam os recursos disponíveis de forma singular, única, criativa.

Oportunidade. O empreendedorismo é dirigido à identificação, avaliação e captura de oportunidades de negócios. É a perseguição de oportunidades sem se preocupar inicialmente com os recursos que a empresa possui, ou seja, sem colocar restrições que poderiam impedir o empreendedor de buscar a oportunidade. (Dornelas 2003)

O empreendedorismo de negócios está sendo uns dos aspectos mais importantes no Brasil, pelo fato da criação de novos empregos, a capacidade de reconhecer novas oportunidades, a perseverança nos negócios e a geração de riqueza para o desenvolvimento econômico do país.

1.2.2 Empreendedorismo Corporativo

Empreendedorismo Corporativo é definido como uma estratégia de geração de novos negócios já existentes dentro de uma organização,

possuindo uma visão ampla, propondo sempre sugestões, e sempre aprimorando seus trabalhos e resultados para o crescimento da empresa.

De acordo com Dornelas (2003). Empreendedorismo Corporativo pode ser definido como sendo identificação, desenvolvimento, captura e implementação de novas oportunidades de negócios que:

- Requerem mudanças na forma como os recursos são empregados na empresa;
- Conduzem para a criação de novas competências empresariais;
- Essas competências resultam em novas possibilidades de posicionamento no mercado, buscando um compromisso de longo prazo e criação de valor para os acionistas, funcionários e clientes;

Outra definição complementar é que empreendedorismo corporativo é o processo pelo qual um indivíduo ou um grupo de indivíduos, associados a uma organização existente, criam uma nova organização ou instigam a renovação ou inovação dentro da organização existente. (Dornelas, 2003)

O empreendedorismo corporativo é um conjunto que pode ser utilizado de varias formas, agindo de acordo como a empresa trabalha nas suas estratégias de negócios.

1.2.3 Empreendedorismo Social

Empreendedorismo social tem como finalidade a gestão de um empreendimento coletivo, que busca o desenvolvimento sócio econômico de uma região. Trata-se de incluir pessoas sem renda ao processo produtivo e criativo. Sendo um compromisso político que pode gerar grandes transformações sociais com a utilização de poucos recursos financeiros, com base na ação solidaria de membros de uma comunidade. Porém, muitas organizações não governamentais realizam esses tipos de trabalhos no Brasil. (ARTIGONAL, online, 2014)

Empreendedorismo social é um conjunto de ações empreendedoras que visam à melhoria da sociedade, que trabalha para

conseguir resultados positivos, estabelecendo medidas e estratégias que gerem retorno social e ambiental.

Hoje, o empreendedorismo social busca implantar nas comunidades medidas sustentáveis para que possam conciliar avanços tecnológicos e outros progressos, com um meio ambiente saudável e boas condições de vida pra todos.

De acordo com Melo Neto e Froes (2002), o empreendedorismo social pode ser visto como um modelo de desenvolvimento humano, social e sustentável. Em vez da geração de lucros e dividendos para aumentar o patrimônio da organização, prima-se pelo desenvolvimento da sociedade.

O processo para empreendedorismo social é definido como um misto de ciência e arte, racionalidade e intuição, ideia e visão, sensibilidade social e pragmatismo responsável, utopia e realidade, força inovadora e praticidade. O empreendedor social subordina o econômico ao humano, o individual ao coletivo e carrega consigo um grande sonho de transformação da realidade atual (ADMINISTRADORES, online, 2014).

Afinal, o empreendedor social é uma pessoa que trabalha sempre em questão das mudanças sociais, buscando soluções para os problemas das comunidades e ambientais, visando que o objetivo não é gerar lucro, mas sim ganho de qualidade de vida da sociedade.

2. O EMPREENDEDOR

Empreender é ter uma visão diferenciada diante de algumas situações, ou seja, é enxergar como oportunidade o que o restante enxerga como caos.

A palavra empreendedor (entrepeneur) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo (Dornelas, Hisrish 1986).

No entanto o empreendedor assume vários outros papéis além dos citados acima, o mesmo apresenta um perfil diferenciado, capaz de detectar oportunidade e assumir riscos calculados.

Apesar de o empreendedor ser visto como aquele que cria um novo negócio, ele também pode apresentar um negócio já existente, de uma maneira inovadora.

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo mais geral, um método tecnológico não-experimentado, para produzir um novo bem ou um bem antigo de uma maneira nova, abrindo uma fonte de suprimentos de materiais, ou uma nova comercialização dos produtos, e organizando um novo setor (CARNEGIE apud HISRICH,PETERS 2004, p.28)

A definição da função do empreendedor dada por Carnegie deixa claro que o empreendedor é aquele que cria um novo negócio, como também aquele que cria uma maneira diferente e eficaz de desenvolver um negócio já existente, ele explora os recursos existentes a fim de criar ou melhorar os processos de um mercado.

Segundo Lenzi (2009, p.7) o empreendedor está rodeado de informações convincentes e, ao mesmo tempo, reflexivas sobre o ambiente de mudança que permeia o mercado e as contingências a ele relacionadas.

O mercado muda constantemente e a velocidade com que essas mudanças acontecem atualmente, dificulta os negócios de uma forma relevante, no entanto o que diferencia o empreendedor é a maneira de como ele enxerga essas mudanças e as transformam em oportunidades, ele consegue identificar as necessidades antes mesmo que elas apareçam e desta maneira usa sua criatividade para supri-las, a fim de criar negócios de sucesso. No entanto, é necessária muita cautela para identificar tais necessidades, pois elas são essenciais para o sucesso ou fracasso da empresa.

Embora nos estudos haja muitas diferenças entre as definições de empreendedor, pode-se dizer que o que diferencia o empreendedor é a maneira como ele enxerga as oportunidades e as transforma em negócios e a maneira como ele lida com o desconhecido, tendo em vista que empreender requer muito esforço por parte do empreendedor que muitas vezes deverá sair do comodismo para assumir riscos calculados.

2.1 O Perfil Empreendedor

O empreendedor apresenta algumas características diferenciadas, comportamentos e atributos típicos. Tais características são diversas, porém existem algumas básicas que são capazes de identificar o perfil empreendedor, sendo elas: necessidade de realização, disposição para assumir riscos, autoconfiança, visão diferenciada para as oportunidades, liderança, comprometimento, planejamento financeiro e inovação.

2.1.1 Necessidade de realização

Todas as pessoas têm necessidades diferentes quando se diz em realização, algumas desejam mais outras menos, algumas se contentam com pouco, outras almejam sonhos maiores para se realizarem. As pessoas que almejam coisas grandes, a maioria das vezes são pessoas que gostam de ser diferente em relação ao restante da população, geralmente gostam de ser destacados e executam com excelência e muita responsabilidade as tarefas que ele mesmo designou para si. Pessoas com perfil empreendedor têm grande necessidade de realização, apresentando um nível elevado quando comparado às outras pessoas. Segundo Chiavenato (2004), em muitos casos, o impulso empreendedor torna-se evidente desde cedo, até mesmo na infância.

2.1.2 Disposição para assumir riscos

Empreender requer disposição para assumir riscos, pois o empreendedor, principalmente no início de seus negócios, assume diversos riscos, tendo em vista que ao iniciar o negócio ele dispõe de um certo dinheiro que é usado para investimento, e este pode dar retorno ou não, muitos empreendedores as vezes abandonam carreiras para começar seu próprio negocio, correndo o risco de perder tudo o que já havia conquistado, enfim o empreendedor realmente precisa estar dispostos a assumir tais riscos afim de alcançar o sucesso no negócios. Os empreendedores geralmente estão dispostos a assumir os riscos necessários para preencher a necessidade de realização. Entretanto, os empreendedores de sucesso assumem riscos calculados, e preferem situações em que podem exercer controle pessoal sobre o resultado, não optando muito pelas situações em que o resultado

depende somente da sorte. Através destes fatos pode-se perceber a autoconfiança do empreendedor quando o mesmo opta pelo risco moderado.

2.1.3 Autoconfiança

Existem pessoas que lidam melhor com os desafios do que outras, isso se dá pelo fato da autoconfiança, pois as pessoas que a possuem sentem que podem enfrentar os desafios impostos e que elas tem domínio sobre eles e que tem capacidade para superá-los. Essa característica é indispensável para o empreendedor, pois os mesmos precisam acreditar que tem capacidade para superar problemas que surgirem no seu negócio.

2.1.4 Visão diferenciada para as oportunidades

O empreendedor enxerga as coisas de uma maneira diferenciada e consegue ver as oportunidades com mais facilidades, ele transforma problemas em oportunidades através da sua visão ampla, essa característica é um grande diferencial do empreendedor, que geralmente não deixam se levar pelo modismo.

2.1.5 Liderança

Geralmente o empreendedor de sucesso tem um grande talento para liderar pessoas e tomar decisões. Ele tem autonomia e muita autoconfiança e é muito eficiente para criar estratégias para persuadir as pessoas.

2.1.6 Comprometimento

O empreendedor precisa dedicar grande parte de seu tempo para alcançar o sucesso almejado e isso exige dele muito comprometimento, tendo em vista que ele é quem decide os seus horários. Portanto é muito importante que o empreendedor seja muito comprometido.

2.1.7 Planejamento Financeiro

Geralmente as pessoas que apresentam o perfil de empreendedor são pessoas que planejam suas atitudes e principalmente sua vida financeira. Essa característica é de extrema importância para o empreendedor, pois caso não haja planejamento, a empresa pode ir a falência em um pequeno período de tempo.

2.1.8 Inovação

As empresas de sucesso são aquelas que inovam a cada dia, e para que o empreendedor consiga ter um diferencial é preciso que ele procure novas formas de inovar o seu negócio, seja em qualquer área. Portanto é importante que o empreendedor seja uma pessoa que esteja sempre observando as mudanças e procure inovar a cada dia.

2.1.9 Motivações

As motivações que levam um empreendedor a abrir um novo negócio variam muito, porém uma das motivações mais citadas é a independência, ou seja, ser o seu próprio patrão, fazer os seus próprios horários e adaptar a empresa do modo que é viável para si. O retorno financeiro também é um fator que motiva muito os empreendedores, pois quando um negócio alcança o sucesso, ele pode ser muito rentável. Enfim, para que o empreendedor se disponha a correr riscos é necessário que ele tenha um fator de motivação, caso contrário será difícil enfrentar todos os obstáculos necessários para criar um empreendimento.

2.2 Plano de negócio

Tudo que se faz na vida é necessário que tenha um planejamento para alcançar o sucesso. Embora existam algumas pessoas que comecem seus negócios sem nenhum planejamento, isto não é aconselhável, pois as chances do negócio fracassar são grandes.

Planejar significa estudar antecipadamente a ação que será realizada ou colocada em prática e quais objetivos que se pretende alcançar, Visa proporcionar condições racionais para que a empresa seja organizada e dirigida com base em certas hipóteses a respeito da realidade atual e futura. (Chiavenato 2004, p. 127).

O Plano de negócios contém informações sobre a empresa, definindo sua missão, visão, valores, definindo público-alvo, ações que devem ser desenvolvidas, possíveis soluções para problema pré-estabelecidos, entre outros. Elaborar um plano de negocio é traçar o caminho que a empresa ira percorrer, pois através do planejamento é certo que ela alcance o seu objetivo, que também deve estar exposto no seu plano de negócio.

Elaborar um plano de negocio é traçar o caminho que a empresa ira percorrer, pois através do planejamento é certo que ela alcance o seu objetivo, que também deve estar exposto no seu (2004, pg.128), o plano de negocio é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas características e condições para proporcionar uma análise da sua viabilidade e dos seus riscos, desta maneira facilitando a sua implantação.

Por esse motivo é importante que a empresa elabore um plano de negocio, pois através dele podemos antecipar as decisões que serão tomadas quando a empresa passar por obstáculos, ou até mesmo analisar se realmente vale a pena investir neste negócio.

Enfim, o plano de negócio é indispensável para o sucesso de um empreendimento, pois o empreendedor sempre deverá recorrer a ele para definir os rumos que a empresa devera seguir.

3. Estudo de caso

Será abordado neste artigo a história e carreira de um empreendedor de sucessos, Renato Raimundo, diretor do Grupo Stick Fran.

Inicia-se relatando sua origem, as dificuldades encontradas para tornar seu sonho em realidade, e sua visão empreendedora. Quais estratégias colocadas em prática, e suas expansões que o levaram para se tornar um grande empresário.

Utilizando como referencial dados bibliográficos para comparar a teoria com a prática, fazendo ligações entre elas. Assim, será possível entender como é empreender, quais são os caminhos percorridos e o perfil para alcançar o sucesso na carreira.

3.1 História

Renato Raimundo nasceu na cidade de Cássia- MG, e veio para cidade de Franca-SP com 6 anos de idade, juntamente com sua família. Começou sua vida com o trabalho muito cedo, com apenas 9 anos, para ajudar sua família, como vendedor de sacolé, catador de papelão, empacotador de supermercado e office boy. Iniciou sua caminhada em busca de melhores oportunidades. Em 1981, começou a trabalhar em uma empresa de componentes para calçados, permanecendo um período de 18 anos, passando por vários setores da empresa. Com grande experiência e vasto conhecimento em componentes para calçados, Renato decide então lutar pelo seu sonho, ser reconhecido pela sua marca.

Empreender com sucesso significa ser capaz de desenvolver um potencial de aprendizado e criatividade, junto com a capacidade de implementá-lo em velocidade maior que o ritmo de mudanças no mercado (DOLABELLA, 1999, p. 36).

Foi esta visão que Renato teve, enxergando a necessidade do mercado e uma oportunidade para abrir um empreendimento. Para Dolabela (1999, p. 87), entre os atributos fundamentais de um empreendedor está a capacidade de identificar, agarrar e buscar os recursos para aproveitar uma oportunidade.

Renato encontrou muitas dificuldades para ir em busca do seu objetivo, sem dinheiro investiu o que tinha, um carro popular e um limite no cheque especial, usando também o único patrimônio da família, a casa dos pais serviu como garantia para conseguir financiar seu primeiro container importado. Logo após precisou ir a China para tratar de negócios, mesmo falando somente o português arriscou.

Não é raro empreendedores dedicarem doze horas diárias à sua empresa, muitas vezes também nos final de semana. Esta

é uma das razões pelas quais a oportunidade e todos os seus elementos devem ser compatíveis com a personalidade e as preferências do empreendedor, uma vez que é muito difícil águem se dedicar tão intensamente a algo com que não tenha afinidade (DOLABELA, 1999, p. 90).

Renato é casado há 14 anos com Larissa Limonta Raimundo, e pai da pequena Maria Clara, de 4 anos.

3.2 A Empresa

O Grupo Stick Fran nasceu em 1999, uma aventura arriscada, mas que deu certo. A empresa possui uma fábrica, um shopping de componentes para calçados, três filiais e escritórios espalhados pelo Brasil.

Os perfil de clientes que o grupo atinge são empresas do ramo de calçados, representantes que atuam em diversas regiões do país.

A fábrica do Grupo é chamada Grifo Têxtil existente há 5 anos com 90 colaboradores, produzindo atacadores, elásticos, fitas para cintos, zíperes, forros, lonas, tecidos, cursores, fechos de contato, gorgorões e cintas para mercado Pet muitos produtos são importados. Com o aumento da concorrência em Franca, Renato começou a investir em máquinas trazidas da China e Índia para que pudessem produzir aqui seus produtos garantindo melhor preço e qualidade.

O shopping de componentes para calçados é situado em Franca-SP. Inaugurada há dois anos e meio, um grande investimento que facilitou o acesso dos seus clientes.

O Grupo Stick Fran é composto por três filiais: em Birigui-SP, Jaú-SP, Novo Hamburgo-RS. E escritórios em Fortaleza, Santa Catarina, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Juazeiro, Goiânia.

Como os empreendedores aprendem a partir do que fazem e o que eles fazem está em constante mudança, é razoável pensar que eles também precisam mudar e aprender a assumir diferentes papéis, de acordo com a evolução dos seus negócios (DOLABELA, 1999, p. 50).

Para os funcionários é realizado uma confraternização todo mês, uma missa na Capelinha todo dia 1º do mês. Quando a meta é atingida é

sorteado entre eles 15 prêmios em dinheiro. Todo funcionário aniversariante recebe uma gratificação em dinheiro no mês do aniversário.

Seus principais concorrentes são, VFC Componentes para Calçados, Evafran, Campo Stilo, Lokal, Grupo Amazonas, Real Componentes, HJ Componentes para Calçados e LR Componentes para Calçados.

A missão da empresa é desenvolver e comercializar produtos inovadores, de alto valor percebido, com qualidade e durabilidade. Bom relacionamento com funcionários, fornecedores e clientes, atuando sempre com responsabilidade social e ambiental.

A visão é ser uma empresa global de marca desejada em componentes para calçados.

Os valores, ética: Integridade, honestidade, transparência e atitude positiva na aplicação das políticas internas e no cumprimento das leis. Respeito às Pessoas: O investimento no desenvolvimento das pessoas, o reconhecimento pelo desempenho profissional até o respeito ao meio ambiente. Inovação: Antecipação de tendências e aplicação de tecnologias na gestão de pessoas, processos, produtos e serviços, focados em modernidade e gerando alta competitividade. Satisfação dos Consumidores: Obtenção da fidelidade dos nossos consumidores à nossa marca, por meio da aplicação do valor inovação, garantia de qualidade dos produtos e serviços e entendimentos dos seus desejos. Comprometimento: Compromisso com os objetivos e formas de trabalhar da empresa, responsabilidade com o controle das despesas e custos e determinação na obtenção de resultados.

A empresa moderna deve estruturar-se e aprender a conviver com a mudança, com o caos, com a variedade, com a diversidade, com os conflitos e paradoxos e todos os dilemas consequentes. Estando equipada com meias-teorias, necessita de novas abordagens e sobretudo percepção, intuição e flexibilidade. Nessa organização, fluida e mutável, com novos problemas e dilemas, um ambiente de confiança mútua, integração, energia, persistência, criatividade e iniciativa, será decisivo ao sucesso de qualquer empresa (BERNARDI, 2008, p. 37).

CONCLUSÃO

O empreendedorismo está sendo uma área com muito crescimento, sendo um campo de pesquisa muito estudado no Brasil, pois não é apenas uma intuição, mas sim uma maneira de se pensar, que para muitos é até mesmo uma forma de relacionar e interagir com o mundo. Porém o empreendedor se diferencia das outras pessoas pelas características existentes nele. O empreendedor possui uma visão mais ampla diante das oportunidades existentes, ele consegue enxergar oportunidade quando outras pessoas enxergam caos, desta maneira assume riscos calculados a fim de se realizar.

O caminho para se tornar um empreendedor de sucesso tem como peça fundamental o sonho, sendo apresentado de várias maneiras de acordo com cada perfil. E como neste estudo de caso ficou claro que persistir neste sonho é ir atrás dos seus objetivos, sempre com pés firmes é possível alcançar o sucesso.

Renato Raimundo encontrou em Franca-SP uma oportunidade de negócio e persistiu, proprietário do grupo Stick Fran, empresa de componentes para calçados um seguimento com grande potencial e como consequência do seu trabalho obteve destaque como um empresário de sucesso.

A partir dos estudos relatados neste trabalho pode-se analisar as bases do empreendedorismo, o comportamento do empreendedor e confrontar com a prática em um estudo de caso.

REFERÊNCIAS

BARON, Robert A. SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo. Thomson Learning, 2007.

BERBARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 1 ed. São Paulo. Ed. Atlas, 2008.

Características do empreendedor. Disponível em: <<http://www.sociedadedenegocios.com.br/RelacionamentoPJ/home/empreendedorindividual/as-sete-caracteristicas-do-empreendedor-de-sucesso>>. Acesso em 27/04/2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo. Editora Saraiva, 2004.

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

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. Rio de Janeiro. Ed Elsevier, 2003.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro. Ed Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**
<http://books.google.com.br/books?id=oKlayz7rBVIC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. 3º ed. Rio de Janeiro. Ed Elsevier 2008 2º reimpressão. Acesso em 02/04/2014

Empreendedorismo Social. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/empreendedorismo-social/49170/>>. Acesso em 26/03/2014.

Empresa Stick Fran. Disponível em: <<http://www.stickfran.com.br/home>>. Acesso em 04/03/2014.

Entrevista Renato Raimundo. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=uvDsn-jS9aM>>. Acesso em 04/03/2014.

OLIVEIRA, Sheila Fernandes Pimenta e. **Estrutura e formação de trabalhos acadêmicos**. 4 ed. Franca -SP: Uni-Facef, 2013.

Pesquisa SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo>>. Acesso em 03/02/2014.

Tipos de Empreendedorismo. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/administracao-e-negocios/tipos-de-empreendedorismo-semelhancas-e-diferencas/10993/>>. Acesso em 10/02/2014.

Tipos de Empreendedorismo. Disponível em: <<http://www.artigonal.com/gestao-de-carreira-artigos/tipos-de-empreendedorismo-1458919.html>>. Acesso em 26/03/2014.

TOLEDO, M. **Uma vida de superação**, Top Franca, Franca-SP, p. 26-29, Out. 2013.

