

Empreendedorismo e sua Relação com a Gestão do Conhecimento na Cidade de Mossoró-RN



Fabrcio Luiz Lima da Silva¹; Juliana Carvalho de Sousa²; Aline Francilurdes Nery do Vale³ Joyce Silva Soares de Lima⁴

¹ Universidade Federal Rural do Semi rido ² Universidade Potiguar ³ Universidade Federal Rural do Semi rido ⁴ Universidade Federal Rural do Semi rido

RESUMO

A *Gest3o do Conhecimento* 6 um conceito administrativo que ligado ao empreendedorismo pode ser utilizado para facilitar e organizar as a3oes dentro e fora das empresas, sendo empregado como uma a3ao estrat6gica. A partir disso, o referente trabalho teve como objetivo principal investigar o perfil dos empreendimentos da cidade de Mossor3, RN, e sua rela33o com a *Gest3o do Conhecimento*. A metodologia do artigo consiste em uma pesquisa descritiva e abordagem quantitativa. O question3rio elaborado pelo pr3prio projeto sobre o empreendedorismo e outro question3rio sobre *Gest3o do Conhecimento*, que se trata do DGC (*Diagn3stico de Gest3o do Conhecimento*) proposto por Bukowitz e Williams (2002). Foi usado o Software Microsoft Office Excel 2013 para a an3lise estatística descritiva dos dados. Com base no estudo, concluiu-se que apesar do pouco uso e conhecimento sobre a *Gest3o do Conhecimento*, h3 a utiliza33o da *Gest3o do Conhecimento* em boa parte dos empreendimentos pesquisados. Os empreendedores que aplicam esse conceito dentro das empresas, desfrutam de grandes benefrcios em rela33o 3 organiza33o.

Palavras chave: empreendedores, empreendedorismo, gest3o do conhecimento.

ABSTRACT

Knowledge Management is a program that is linked to entrepreneurship, can be used to facilitate and organize the actions inside and outside the companies, making itself as a strategic measure. From there, the main objective of the work was to investigate the profile of the enterprises of the city of Mossor3, RN, and its relationship with *Knowledge Management*. A method of analytics in a descriptive and meditative quantitative survey. The questionnaire developed for the project on entrepreneurship and the other task on *Knowledge Management*, is made for the development of the Research Department team, and is proposed by Bukowitz and Williams (2002). Microsoft Office Excel 2013 Software was used for a descriptive analysis of the data. Based on the study, concluded that the use of knowledge and knowledge about *Knowledge Management*, there is a use of knowledge management in most of the enterprises surveyed. Entrepreneurs who are within the concept of companies, have great advantages over the organization.

Key Words: entrepreneur, entrepreneurship, enowledge management.

1. INTRODU33O

Todos os dias s3o criadas novas empresas no mercado, as quais somadas completam a economia brasileira. Por6m, mesmo com esse crescimento, o mercado est3 sempre conturbado devido ao grande n6mero de organiza33o3 oferecendo o mesmo

produto ou serviço sem nenhuma inovação ou diferencial; sendo necessário criar novas estratégias para tornar a empresa mais competitiva no mercado, principalmente em momentos de crise (MEDEIROS, 2018).

De acordo com Oda (2017), a maioria dos profissionais empreendedores, investe em pesquisas de mercado, buscam oficinas, qualificações, leituras e ainda estabelece contato com profissionais do segmento que pretendem atuar. O empreendedor não somente cria a empresa, mas procura renová-la constantemente, ponderando sua estabilidade à criatividade e inovação. Com o passar do tempo, surge à necessidade de adequar antigos processos, e criar novos, para atender uma nova estrutura econômica e de mercado, desta forma o conceito de empreendedorismo passa a ser subsidiado ao ato de inovar (ARAÚJO *et.al*, 2015).

A busca incessante pela inovação por parte das organizações tem seguimento em vantagem competitiva e posicionamento estratégico. A gestão do conhecimento é responsável por criar novas ideias e conceitos no contexto organizacional que são incorporados em tecnologias, produtos e serviços. Esses novos conhecimentos são divulgados para toda a organização e ambiente externo, representando um processo de inovação contínua que gera vantagem competitiva sustentável e duradoura (NONAKA *et.al*, 2000).

Segundo Nokaka e Takeuchi (1997) o conhecimento é classificado em dois tipos, sendo: o conhecimento explícito (articulado em linguagem formal), e o tácito (é o conhecimento pessoal incorporado à experiência de trabalho). Conforme Sveiby (1998), o conhecimento pode ser transferido por informação ou tradição. A informação transfere o conhecimento de forma indireta por meio de veículos como palestras e apresentações, e a tradição transfere o conhecimento de forma direta, de pessoa para pessoa, por meio do aprendizado pela prática.

Em cada região ou cidade brasileira, geralmente há um perfil empreendedor de sucesso, onde pesquisas quantificam e qualificam esses perfis, mas nem sempre estas informações estão à disposição do público. Tendo em vista os tempos atuais e a crise política e econômica em que o Brasil está passando, as pessoas estão buscando em todo o país pela abertura do próprio negócio. Com isso nasce empreendedores, muitas vezes sem experiência e conhecimento necessário para se manter no mercado (MEDEIROS, 2018).

Após uma pesquisa na literatura, em livros, artigos, dissertações e teses, identificou-se que há uma grande ausência de trabalhos sobre Gestão do Conhecimento na área do empreendedorismo, com isso, surge então a necessidade de realizar um estudo

dedicado a esse tema. Este trabalho irá mapear a utilização da Gestão do Conhecimento nos empreendimentos no município de Mossoró – RN.

É necessário então que esses novos empresários conheçam o perfil empreendedor da região pesquisada, a fim de torná-los empreendedores cada vez mais eficientes em sua área, conhecendo as mudanças e os conceitos que estão sendo utilizados no mercado, como por exemplo a gestão do conhecimento. Com isso, delimita-se a questão de pesquisa: qual o perfil dos empreendedores e dos empreendimentos, e como está sendo implementada a Gestão do Conhecimento nos empreendimentos de Mossoró-RN?

O presente trabalho surge de um projeto que servirá de auxílio para a sociedade (empreendedores), e para o meio acadêmico. Em termos gerenciais e institucionais, pode-se afirmar que a gestão do conhecimento bem praticada, produz estímulos para seus colaboradores estarem mais motivados no dia-a-dia, com isso, essa metodologia deve passar a fazer parte da cultura organizacional, auxiliando empreendedores e ajudando-os a identificar possibilidades de negócios e a melhorar sua atuação empresarial.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Conceitos do Empreendedorismo

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais, como dá um tiro no escuro, recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência financeira e pessoal (SEBRAE, 2007). Seu termo é proveniente da palavra francesa *entrepeneur*, que significa “aquele que está entre” ou “intermediário”, relatos indicam que o termo foi usado pela primeira vez no ano de 1725, pelo economista irlandês Richard Cantillon, para designar o indivíduo que assumia riscos. (CUSTÓDIO, 2011).

Segundo Menezes (2003) o empreendedor é o indivíduo de muitos atributos, dentre eles consta um comportamento criativo e inovador, que surge a partir da necessidade ou iniciativa de transformar ou criar algo novo a partir de um comportamento visionário. Sabe transformar contextos, incentivar a colaboração, criar relacionamentos pessoais, gerar e gerir resultados, fazendo o que gosta de fazer, com prazer, dedicação, autoconfiança e otimismo.

De acordo com Hitt, Ireland e Hoskisson (2008), a essência do empreendedorismo é identificar e explorar as oportunidades empreendedoras, ou seja, ver oportunidades que os outros não veem ou das quais não enxergam o potencial comercial ali existente. O empreendedorismo resulta na “destruição” criativa de produtos existentes (bens e serviços)

ou da evolução dos métodos para produzir e os substituir por novos produtos e métodos de produção. Pode-se dizer que o empreendedorismo está ligado a satisfação das necessidades.

2.2 História do Empreendedorismo e o perfil do empreendedor

Desde o início da história da humanidade, pode-se dizer que o homem primitivo já tinha atitudes empreendedoras como meio de sobrevivência, inovando na construção de diversas ferramentas para tornar mais eficiente à caça de animais, além de construção ou procura de moradia (PRAXEDES, 2016).

Segundo Custódio (2011), no século XVI, época das grandes navegações, os europeus desbravaram o mundo, expandindo suas missões empreendedoras as demais continentes do mundo. Já no século seguinte o empreendedor era aquele que firmava um acordo contratual com o governo para fornecer serviços ou produtos, geralmente eram os agricultores que faziam esse papel (SEBRAE, 2007). Foi neste século que Richard Cantillon desenvolveu uma das primeiras teorias do empreendedor, sendo considerado por muitos o criador do termo.

Segundo Dornelas (2001), “o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a surgir na década de 1990 quando instituições como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas”. O ambiente político e econômico não era favorável, e o empreendedor praticamente não encontrava assistência e informações para auxiliá-lo na trajetória empreendedora.

Segundo as pesquisas do GEM realizadas em 2013, um programa de abrangência mundial sobre o nível da atividade empreendedora mundial, no Brasil, praticamente quatro em cada dez brasileiros adultos já possuem um negócio ou estão envolvidos com a criação de uma empresa. Em dez anos, a taxa total de empreendedorismo no Brasil aumentou de 23%, em 2004, para 39,3%, em 2015, representando um aumento de mais de dez pontos percentuais.

2.4 Conceitos e expansão da gestão do conhecimento

A gestão do conhecimento é responsável por criar novas ideias e conceitos no contexto organizacional. De forma que, esses conceitos são incorporados em tecnologias, produtos e serviços pioneiros que atendem às demandas dos clientes e da sociedade. Esses novos conhecimentos são apresentados para toda a organização e exposto para o

ambiente, representando um processo de inovação contínua que gera vantagem competitiva, sustentável e duradoura (NONAKA *et.al*, 2000).

No início da década de 1990, as organizações se depararam com a necessidade de manter um progresso contínuo baseado em inovação, a qual é um processo proativo em que se pode desenvolver novos conhecimentos na resolução dos problemas, criando e definindo no campo da sua atividade econômica (MARTINS, 2018).

Isso se acentua ainda mais com a abertura do mercado brasileiro aos demais países, as empresas passaram a enxergar o cliente como o principal objetivo de seu processo produtivo e não mais o produto resultado deste, claro, pois os clientes além de darem lucros, acabam dando uma resposta às vezes q imediata para a melhoria dos produtos ou dos processos produtivos (SANTIAGO, 2004).

A capacidade da empresa para aprender a partir de vários agentes (desenvolvimento interno, relações de cooperação com os fornecedores e os clientes) ajuda a criar novas ideias refletidas na modernização contínua das suas atividades e no desenvolvimento de novos produtos e serviços. Este fato demonstrou a importância de se atentar sobre as ações tomadas por seus concorrentes, definir planos e estratégias de atuação, criar redes de distribuição e estudar os ciclos de vida de produtos e serviços junto à tecnologia (SANTIAGO, 2004).

Pode-se dizer que essas competências são um conjunto de capacidades e de tecnologias cuja aprendizagem somada, tanto ao nível individual como da organização, representa uma competência específica que tem como fator crítico de sucesso uma competência essencial (MARTINS, 2018).

3. METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa descritiva e de caráter quantitativo. Segundo Gil (1999, p 81), “a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis”. A utilização de técnicas padronizada de coleta de dados é uma das suas principais características.

De caráter quantitativo, pois pesquisa utilizará técnicas estatísticas para reunir e analisar os dados da pesquisa, que são baseados em números e podem ser apresentados com o uso de recursos como gráficos e tabelas, atributos esses que podem ser identificados como sendo uma Survey. (RAUPP e BEUREN, 2006).

A pesquisa foi desenvolvida no bairro Nova Betânia no município de Mossoró no estado do Rio Grande do Norte. Segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e

Estatística (IBGE) divulgada em 2012, Mossoró possui uma população de 266.758 habitantes. De acordo com o IBGE a área total do município é de 2.110,207 quilômetros quadrados, o que lhe dá o título de maior município do estado do Rio Grande do Norte, em termos de extensão territorial.

A fruticultura irrigada, a indústria salineira e a indústria extrativa são alguns dos segmentos econômicos de destaque na cidade. Conforme dados do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), das pessoas ocupadas na faixa etária de 18 anos ou mais, 5,67% trabalhavam no setor agropecuário; 4,50% na indústria extrativa; 8,52% na indústria de transformação; 9,78% no setor de construção; 0,76% nos setores de utilidade pública; 19,72% no comércio e 43,71% no setor de serviços. (PREFEITURA DE MOSSORÓ, 2019).

Partindo de uma aplicação de questionários cuja temática usada baseava-se na coleta e pesquisa de dados realizada com empreendedores locais, onde pesquisados 49 empreendedores aleatórios de diversos setores.

O questionário usado para traçar o perfil do empreendedor e do empreendimento local, conta com 23 questões, sendo elas objetivas e subjetivas. Este projeto, a ser seguido, trata-se de uma pesquisa voltada para a área de empreendedorismo no território potiguar sendo assim um projeto inovador, executado por estudantes da UFERSA e coordenado pelo prof. Dr. Maristélio da Cruz Costa, e tem como título “Mapeamento dos empreendimentos e perfil dos empreendedores dos municípios do Rio Grande do Norte”.

O outro questionário trata-se do DGC (Diagnóstico de Gestão do Conhecimento) proposto por Bukowitz e Williams (2002), é dividido em sete seções que discutem cada processo de gestão do conhecimento. Cada seção tem originalmente uma lista de 20 afirmações que mede o quanto cada afirmação é fortemente descritiva, moderadamente descritiva ou fracamente descritiva sobre a Gestão do Conhecimento. O instrumento foi publicado originalmente em 1999 na língua inglesa e em 2002 ganhou sua tradução para a língua portuguesa, mantendo seu contexto voltado para as organizações privadas.

O questionário pode ser definido como um conjunto de perguntas sobre um determinado tópico que mede a opinião do respondente, seus interesses, aspectos de personalidade e informação biográfica (YARENKO, HARRARI, HARRISON; LYNN, 1986).

A pesquisa de campo foi realizada no período de janeiro a fevereiro de 2019, onde foram feitas visitas ao local e aplicação dos questionários. As visitas foram feitas pelo horário da manhã, e muitos empreendimentos infelizmente estavam fechados. Alguns empreendedores se sentiram um pouco recuados em relação aos questionários, isso foi um dos pontos que dificultaram a pesquisa, além da falta de tempo e recurso.

O processo envolveu os questionários estruturados com maior parte das perguntas sendo objetivas, possibilitando assim a codificação das respostas, tabulação dos dados e análise e interpretação destes. Foi utilizado o Software Microsoft Office Excel 2013 para a construção de gráficos e tabelas.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Perfil dos empreendedores em Mossoró/RN.

De acordo com a pesquisa realizada, 57,1% dos respondentes são homens e 42,9% são mulheres. E a maioria dos respondentes, o que corresponde a 49,0% do total, tem entre de 31 a 40 anos. Isso pode ser explicado porque essas pessoas geralmente já possuem experiência de mercado ou possuem uma renda para abrir seu próprio negócio.

A maioria dos respondentes tem o nível de escolaridade como ensino médio completo (44,9%), com nível superior completo (14,3%) e nível superior incompleto (30,6%). Essas qualificações são de grande importância, já que esses passaram a cuidar melhor das empresas tendo uma maior preocupação em termos de planejamento (MEDEIROS, 2018).

No que se refere ao período de abertura dos negócios dos respondentes, nota-se que a maioria dos negócios iniciou em média de 1-5 anos (67,3%). Acredita-se que crise pela qual o nosso país e estado está passando nos últimos anos também é um fator que vem fazendo com que as pessoas se sentem no desejo de buscar outros meios de sobrevivência e adquirir independência profissional (CAVALCANTE, 2018).

Em relação ao ramo pela qual as empresas dos respondentes são destinadas, foi observado que uma grande paridade nos ramos de comércio (53,1%) e serviço (46,9%) na área estudada, pois o bairro de Nova Betânia além de ser um bairro residencial, é um bairro bem centralizado, com grandes avenidas que liga pontos importantes da cidade. Com isso explica-se o fato de não haver indústrias na pesquisa.

No que tange o registro das empresas dos respondentes, todos afirmaram que seus respectivos empreendimentos possuem registro junto à Receita Federal, JUCERN ou FIERN, correspondendo a 100%. Isso se dar principalmente pelas exigências necessárias para abertura de empresas funcionarem de forma legal e pela fiscalização mossoroense.

No que se refere à realização de empréstimo público, percebeu-se que há uma grande diferença entre as respostas, já que apenas 18,4% dos respondentes possuem algum tipo de empréstimo público, e o restante (81,6%) não possuem. Isso pode ser explicado pelo medo que as pessoas têm em fazer empréstimos públicos para algum investimento e não alcançarem o retorno financeiro esperado, podendo levar ao

endividamento devido às altas taxas de juros que são cobradas pelos mesmos (CAVALCANTE, 2018).

Segundo Costa (2009), os empreendedores precisam de suporte e auxílio do governo para que seus negócios possam crescer com estabilidade, assim oferecendo mais oportunidades de emprego, já que o Brasil depende muito de sua população empreendedora.

Com relação à quantidade de funcionários que as empresas possuem, percebeu-se que a maioria dos empreendedores que responderam à pesquisa possui em suas empresas um número de funcionários entre 1-9 (77,6%). Apenas um dos 49 empreendimentos pesquisados não possui funcionários (2,0%) por se tratar de uma MEI.

Quanto à distribuição dos respondentes segundo o porte das suas empresas, observou-se que o maior número de respondentes corresponde as microempresas (77,6%), e em seguida as pequenas empresas (20%). O porte das empresas foi dividido de acordo com o seu ramo, número de funcionários e faturamento mensal ou anual. Mesma divisão feita por alguns autores e portais empreendedores, como por exemplo o SEBRAE. Isso explica a grande quantidade de micro e pequenas empresas na região.

No que tange os resultados referentes ao uso da tecnologia, apesar de haver algumas empresas ainda que não utilizam de tecnologia (26,5%), a grande maioria das empresas pesquisadas fazem uso de tecnologia (73,5%). A quantidade de jovens empreendedores inseridos no mercado pode explicar um pouco essa tabela.

Apesar da pouca experiência, mas com uma vontade enorme de criar novas maneiras de empreender, os empreendedores segundo Menezes (2003) é o indivíduo de muitos atributos, dentre eles nota-se um comportamento criativo e inovador, inovação essa que geralmente utiliza novas tecnologias.

Quanto a finalidade da tecnologia dentro das empresas, dentre as variadas opções sobre a finalidade da tecnologia nas empresas, a que possui o maior número de respondentes foram aquelas empresas que fazem o uso da tecnologia para fins da empresa e pessoais (61,1%), seguida daquelas que consideram o uso da tecnologia para fins da empresa (25,0%), e apenas 13,9% fazem o uso da tecnologia para fins pessoais.

No que diz respeito as ferramentas tecnológicas utilizadas pelas empresas, observou-se que a maioria dos empreendedores que responderam à pesquisa utiliza a planilha eletrônica dentro da empresa (38,9%), seguido daqueles que utilizam software específico para uso da empresa (27,8%).

Com relação à forma de divulgação das empresas, há uma grande crescente nas redes sociais como forma de divulgação do empreendimento, com isso acaba havendo

uma comunicabilidade maior entre cliente e empreendedor, e assim tem-se um feedback direto dos clientes.

No que tange o carácter das empresas, a maioria das empresas é de carácter privado (42,9%), seguida do percentual de empresas de carácter rede (34,7%). Isso pode ser explicado pelo ramo de negócio, porte da empresa ou como surgiu o negócio (Tabela 17).

Quanto ao uso do estabelecimento das empresas, há poucos estabelecimentos próprios (22,4%), onde a maioria é alugado (77,6%). Isso se dá pela localização e o estilo do bairro, pois a poucos anos é que o bairro Nova Betânia vindo crescendo em relação ao comércio.

Se tratando do desenvolvimento de outros tipos de negócios ou melhorias, ficou perceptível que uma pequena diferença nos números acima, onde 44,9% dos entrevistados buscam por outro negócio ou por melhorias, e 55,1% não. Isso se dá pela estabilidade que as pessoas já adquiriram, ou seja, evitam novos desafios e responsabilidades, ou acômodo, medo de investirem e não obterem o retorno esperado.

No que diz respeito à ideia do surgimento da empresa a maioria dos respondentes abriram seus negócios porque viram oportunidade no mercado (42,9%), seguido daquelas empresas que surgiram da ideia de franquia (22,4%) e pela procura por independência profissional (14,3%).

De acordo com Galvan (2014), mais de 80% dos brasileiros consideram o empreendedorismo como uma opção de carreira. O aumento do empreendedorismo por oportunidade demonstra uma decisão mais planejada, com isso a probabilidade de sucesso do negócio aumenta.

Quanto a existências de outros negócios, vale frisar a diferença existente nas respostas. A maioria dos respondentes não possuem outros tipos de negócios (67,3%), isso pode ser explicado pela falta de tempo em poder se responsabilizar por mais uma empresa ou até mesmo questão de satisfação financeiramente com o já existente (CAVALCANTE, 2018). Enquanto 32,7% possuem outros tipos de negócios.

Ademais, o perfil de empreendedores quanto à única atividade de sustento aponta uma grande diferença entre as respostas, onde 73,5% responderam que o seu empreendimento não é sua única atividade de sustento, já 26,5% responderam que sim. Nota-se um certo receio desses empreendedores de dependerem apenas dessa única atividade de sustento e por fim não alcançarem os objetivos desejados.

4.2 Diagnóstico da gestão do conhecimento dos empreendimentos pesquisados

A Tabela a seguir, exibirá os resultados do questionário sobre Gestão do Conhecimento, questionário proposto por Bukowitz e Williams (2002) que trata do DGC (Diagnóstico de Gestão do Conhecimento). Essa tabela mede o nível de concordância do respondente.

TABELA 1 – RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO SOBRE GESTÃO DO CONHECIMENTO

Questões da escala GC	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente	Total
Antes que as pessoas tratem dos problemas, elas consideram o contexto geral no qual o problema ocorreu.	0,00%	6,10%	32,70%	24,50%	36,70%	100%
Construímos modelos, para os nossos sistemas de tomada de decisões, para entender melhor por que os fatos acontecem daquela maneira.	14,30%	12,20%	40,80%	16,30%	16,30%	100%
As equipes engajam-se em experiências de aprendizagem fora do local de trabalho para encontrarem maneiras melhores de trabalharem juntas.	2,00%	10,20%	36,70%	36,70%	14,30%	100%
Utilizamos jogos e simulações relacionados com o trabalho para pensar mais claramente sobre as nossas situações de negócios.	6,10%	16,30%	36,70%	22,40%	18,40%	100%
Refletir sobre as lições aprendidas com as experiências de trabalho é uma prática estabelecida na nossa organização.	12,20%	8,20%	30,60%	26,50%	22,40%	100%
As pessoas aplicam o que aprenderam fora da organização ao seu trabalho.	0,00%	4,10%	22,40%	34,70%	38,80%	100%

Geralmente, quando as pessoas terminam projetos, elas tomam o tempo necessário para reunir-se com a sua equipe e analisar o que deu errado e o que poderia ter sido melhor.	4,10%	4,10%	32,70%	28,60%	30,60%	100%
O nosso processo de planejamento inclui olhar para uma série de cenários, de modo que possamos pensar em como responder em situações diferentes.	6,10%	10,20%	32,70%	26,50%	24,50%	100%
Com frequência, o nosso processo de aprendizagem inclui obter o retorno dos beneficiários.	0,00%	0,00%	18,40%	26,50%	55,10%	100%
Quando ocorre uma falha, a nossa primeira resposta é não determinar a culpa.	18,40%	14,30%	32,70%	22,40%	12,20%	100%
Na nossa organização, as pessoas exibem uma curiosidade natural.	10,20%	12,20%	30,60%	24,50%	22,40%	100%
As pessoas admitem quando falham.	12,20%	16,30%	36,70%	16,30%	18,40%	100%
As pessoas aplicam as ideias que desenvolveram em trabalhos anteriores às situações novas.	10,20%	12,20%	34,70%	12,20%	30,60%	100%
Quando temos um grande sucesso, conversamos sobre o que fizemos de certo.	0,00%	4,10%	24,50%	28,60%	42,90%	100%
Na nossa organização, o fracasso é considerado uma oportunidade para aprender.	4,10%	8,20%	26,50%	24,50%	36,70%	100%
A nossa organização apoia atividades de grupo que promovem a aprendizagem mútua.	6,10%	10,20%	32,70%	20,40%	30,60%	100%

Em uma ocasião ou em outra, todos na nossa organização “põem as mãos na massa” para ter a experiência em primeira mão das consequências das suas decisões.	2,00%	4,10%	30,60%	26,50%	36,70%	100%
Aprender com as falhas está incorporado a como conduzimos o trabalho subsequente.	4,10%	10,20%	20,40%	30,60%	34,70%	100%
Tentamos assegurar que as pessoas tenham algumas responsabilidades em comum, de modo que seja mais fácil aprender uns com os outros.	12,20%	18,40%	24,50%	26,50%	18,40%	100%
Tratamos as discordâncias como oportunidades para aprender com os outros.	6,10%	14,30%	34,70%	20,40%	24,50%	100%

FONTE: AUTORIA PRÓPRIA (2019)

Apesar de um grande número dos respondentes concordarem totalmente (28,3%) com as afirmações, a maioria marcou como indiferente (30,6%), e a minoria discordam totalmente (6,5%). O que pode ser analisado de acordo com os dados a cima, é que algumas empresas fazem uso da gestão do conhecimento, mesmo sem saberem o que é ou como funciona.

Foi observado e feito um levantamento de evidencias que as empresas de maior porte, com mais investimentos e funcionários, são as empresas que fazem o uso da Gestão do Conhecimento com mais frequência. Pois quanto maior era o nível de concordância da empresa sobre as afirmações, mais claro seria que aquela empresa fazia o uso da Gestão do Conhecimento.

Como na região pesquisada há uma grande quantidade de pequenas empresas, empresas com poucos funcionários, pouco se nota a Gestão do Conhecimento ali dentro. A falta de gestores qualificados, funcionários despreparados e/ou sem qualificação, dificulta a implementação desse novo conceito, assim a empresa tem dificuldade de crescimento e gerenciamento.

As empresas que se mostraram maiores e mais organizadas, procuram implementar práticas de Gestão do Conhecimento, procuram aproximar naturalmente as pessoas que fazem parte da organização; demonstram reconhecimento aqueles que se

antecipam em relação a ideias, valorizam suas atitudes, estimulam a troca de conhecimento entre elas, estimula os ganhos, divulgam os resultados destes esforços, de forma a estimular aqueles que ainda não adquiriram estas práticas.

5. CONCLUSÃO

De acordo com o tema geral da pesquisa, vale destacar que muitos empreendimentos fazem o uso da gestão do conhecimento, mesmo sem saberem o conceito em si. Por ser uma estratégia de negócio para dentro e fora da empresa, os empreendedores acabam tendo uma noção de como facilitar e melhorar o dia a dia da empresa e dos clientes. Com isso, pode-se dizer que resultou vários benefícios dentro desses pequenos negócios; fazendo com que o produto chegue com qualidade ao cliente, que se tenha um bom planejamento dentro da organização, e principalmente que a empresa tenha um desenvolvimento favorável.

Em relação aos objetivos específicos, o primeiro objetivo consistiu em fazer um mapeamento das características e o perfil sócio demográfico dos empreendimentos da área comércio do bairro Nova Betânia no município de Mossoró-RN. Os dados mostram que maioria dos respondentes é do sexo masculino, com idade entre 31 a 40 anos e maior parcela ensino médio completo.

Já o segundo objetivo específico tinha o intuito de identificar o nível de gestão do conhecimento dos empreendedores selecionados. Que ao se analisar os fatos, constata-se que o nível ainda é baixo, pois há poucas pessoas informadas sobre este tema no mercado, problema esse que pode ser explicado por falta de uma boa gestão, e por isso não há ou há pouca aplicação da Gestão do Conhecimento nos empreendimentos.

Quanto ao terceiro objetivo específico, que visa verificar a utilização da gestão do conhecimento destes empreendedores, nota-se que perguntado aos empreendedores se eles conheciam o conceito de Gestão do Conhecimento muitos não souberam responder, mas mesmo sem saberem, uma boa parte deles fazem o uso da Gestão do Conhecimento de uma forma indireta e, apenas os empreendimentos de maior porte fazem o uso evidente deste conceito.

Entende-se que a presente pesquisa contribuiu para a geração de conhecimento sobre o tema estudado, de modo a auxiliar aos empreendedores identificando possibilidades de negócios para quem deseja investir seus recursos em um novo negócio ou desejem aperfeiçoar sua atuação empresarial. Contribuirá também para mostrar que a Gestão do Conhecimento está sendo aplicada no mercado e os benefícios alcançados através da sua utilização.

Por ter se limitado apenas ao bairro de Nova Betânia, este estudo deveria ser aplicado em toda cidade Mossoró e em outras do estado do Rio Grande do Norte. Poderia também ser feita uma pesquisa de Gestão do Conhecimento relacionadas a outras áreas, já que pouco se encontra trabalhos sobre este tema. Seria de extrema relevância se houvesse uma pesquisa qualitativa, pois traria uma riqueza de detalhes maior ao trabalho. Provavelmente, seria um estudo que faria os gestores buscarem cada vez mais por técnicas modernas e mais competentes para seu negócio, garantindo produtos e serviços de qualidade para a sociedade.

4. REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Felipe Pascoal de; BISPO, Cláudio dos Santos; CARDOSO, Nayara Holanda; JUNIOR, Valmir Rosa dos Santos; SILVA, Paula Sousa da, SOUZA, Diego de Jesus. **Empreendedorismo e Inovação**.

BUKOWITZ, Wendi R; WILLIAMS, Ruth L. **Manual de gestão do conhecimento: ferramentas e técnicas que criam valor para a empresa**. São Paulo : Bookman, 2002. Tradução de: The knowledge management fieldbook.

CAVALCANTE, Dianna Deborah de Souza. **A Importância da Tecnologia da Informação no Processo de Desenvolvimento dos Empreendimentos na Cidade de Japi-RN**. 2018. 50f. Trabalho de conclusão de curso – UFERSA, Angicos, 2018.

COSTA, C. da. **O empreendedor no Brasil. Administradores**. 2009. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/ascaracteristicas-e-o-perfil-do-empreendedor/24327/>>. Acesso em: 19 jan.2019.

CUSTÓDIO, Telma Padilha. **A Importância do Empreendedorismo como Estratégia de Negócio**. 2011. 62f. Trabalho de Conclusão de Curso – UNISALESIANO, Lins, 2011.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

GALVAN, Luciane. **O Cenário do Empreendedorismo no Brasil e a Atuação dos Empreendedores como Gestores**. 2014. 38f. Artigo de Conclusão de Curso - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2014.

GEM- Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil (Relatório Nacional)**. 2013. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-epesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo>> Acesso em: 20 jan. 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. 6. ed. São Paulo. Editora Atlas S.A. 2008.

IBGE. **Cidades**. 2019. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/mossoro/panorama>>. Acesso em: 03 fev. 2019.

MARTINS, José Moleiro. **Gestão do Conhecimento: Criação e transferência de conhecimento**: 2. ed. Lisboa: Edições Sílabo. 2018.

MEDEIROS, Marcelo Miguel Moura de. **Caracterização dos Empreendimentos E Perfil dos Empreendedores do Centro comercial de São Pedro do Potengi-RN**. 2018. 53f. Trabalho de conclusão de curso – UFERSA, Angicos, 2018.

MENEZES, L.C.M. **Gestão de Projetos**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

NONAKA, I.; TOYAMA, R.; KONNO, N. SECI, *Ba and Leadership: a Unified Model of Dynamic Knowledge Creation*. **Long Range Planning**, v.33, p. 5-34, 2000.

ODA, Luciana Sayuri. **Empreendedorismo e inovação: a moeda para o sucesso nos negócios**. Disponível em: < <https://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedorismo-e-inovacao/> >. Acesso em 16 jan .2019.

PRAXEDES, Danielle Gonçalves de Sousa. **O Perfil do Empreendedor no Meio Empresarial**. 2016. 39f. Apresentação de Monografia – Universidade Candido Mendes. Rio de Janeiro. 2018.

PREFEITURA DE MOSSORÓ. **População**. 2019. Disponível em: < <https://www.prefeiturademossoro.com.br/populacao/> >. Acesso em 03 fev. 2019.

RAUPP, F. M., & BEUREN, I. M. **Metodologia da pesquisa aplicável às Ciências Sociais**. In I. M. Beuren (Ed.).São Paulo: Atlas. 2006.

SANTIAGO, José Renato Sátiro Junior. **Gestão do Conhecimento A Chave para o Sucesso Empresarial**. Editora Novatec. 2004.

SEBRAE. **Critérios de classificação de empresas: MEI - ME - EPP**. Disponível em: < <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154> >. Acesso em: 21 jan. 2019.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p.

SEBRAE – *SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS*. **Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil**. 20011. Disponível em:< [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/\\$File/NT00046582.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/$File/NT00046582.pdf)>. Acesso em: 16 jan. 2019.

SEBRAE. **Tudo o que você precisa saber sobre o MEI**. 2019. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-e-ser-mei,e0ba13074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD> >. Acesso em 21 jan. 2019.

SVEIBY, Karl Erik. **A Nova Riqueza das Organizações, gerenciando e avaliando patrimônios de Conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus,1998.