



**“A aprendizagem empreendedora desenvolve meu negócio?” Um estudo entre os empresários inseridos no armazém da criatividade Caruaru**

**"Does entrepreneurial learning develop my business?" A study among the entrepreneurs inserted in the Caruaru creativity warehouse**

Maria Jacynta Pereira Bezerra<sup>1</sup>

Nelson da Cruz Monteiro Fernandes<sup>2</sup>

Silvio André Vital Junior<sup>3</sup>

Andreza de Amorim Lima Ferreira<sup>4</sup>

Daniela Dantas de Farias Leite<sup>5</sup>

George Rossany Soares de Lira<sup>6</sup>

**Resumo**

Em um contexto de negócios dinâmico, o processo de aprendizagem empreendedora ganha destaque, principalmente em áreas inovadoras ainda pouco exploradas, a exemplo da indústria

---

<sup>1</sup> Graduada em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste (UFPE-CAA), Av. Marielle Franco, s/n, Km 59, Nova - PE, CEP: 55014-900.

E-mail: [maria\\_jacynta@hotmail.com](mailto:maria_jacynta@hotmail.com)

<sup>2</sup> Doutor em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Docente do Programa de Pós-Graduação em Gestão, Inovação e Consumo da Universidade Federal de Pernambuco (PPGIC - UFPE), Av. Marielle Franco, s/n, Km 59, Nova - PE, CEP: 55014-900. E-mail: [nelson.fernandes@ufpe.br](mailto:nelson.fernandes@ufpe.br)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1662-9300>

<sup>3</sup> Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão, Inovação e Consumo da Universidade Federal de Pernambuco (PPGIC - UFPE), Av. Marielle Franco, s/n, Km 59, Nova - PE, CEP: 55014-900.

E-mail: [silvio.vital@ufpe.br](mailto:silvio.vital@ufpe.br) Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2797-1563>

<sup>4</sup> Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão, Inovação e Consumo da Universidade Federal de Pernambuco (PPGIC - UFPE), Av. Marielle Franco, s/n, Km 59, Nova - PE, CEP: 55014-900.

E-mail: [andrezamorim15@gmail.com](mailto:andrezamorim15@gmail.com) Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0397-4447>

<sup>5</sup> Doutora em Engenharia Agrícola. Instituto Nacional do Semiárido (INSA), Av. Francisco Lopes de Almeida, S/N, Serrotão, Campina Grande - PB, CEP: 58429-970. E-mail: [danieladantasfl@gmail.com](mailto:danieladantasfl@gmail.com)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3053-6167>

<sup>6</sup> Doutor em Engenharia Elétrica. Universidade Federal de Campina Grande, R. Aprígio Veloso, 882, Universitário, Campina Grande - PB, CEP: 58429-900. E-mail: [george@dee.ufcg.edu.br](mailto:george@dee.ufcg.edu.br)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0229-0323>

criativa. Diante disso, o objetivo geral desta pesquisa foi analisar o processo de aprendizagem empreendedora no Armazém da Criatividade Caruaru, na visão dos sujeitos empreendedores, no desenvolvimento dos seus negócios. Para tanto, os procedimentos metodológicos utilizados culminaram para uma pesquisa do tipo qualitativa, explicativa, empregando-se a análise de conteúdo para defrontar teoria e realidade empírica. Foi verificado que os empreendedores investigados percebem o ambiente do Armazém da Criatividade Caruaru como um espaço estimulante para aprender empreendendo, adquirir conhecimentos, relacionar-se com outros empresários, trocar experiências, atualizar-se e conseqüentemente, aprimorar seus negócios. No entanto, dada as particularidades regionais, existem demandas estratégicas por uma melhora no relacionamento, incentivando mais diálogo e inclusão de outros membros do ecossistema; bem como demandas operacionais para promover a expansão da oferta de consultorias, captação de investidores e a participação em editais de fomento. Porém essas evidências reafirmam a importância de espaços compartilhados de aprendizagem empreendedora, merecendo atenção por parte das políticas públicas e pelos indivíduos que buscam empreender.

**Palavras-chave:** Aprendizagem Empreendedora. Empreendedor. Indústria Criativa.

### **Abstract**

In a dynamic business context, the entrepreneurial learning process gains prominence, especially in innovative areas that are still little explored, such as the creative industry. In view of this, the general objective of this research was to analyze the entrepreneurial learning process at Armazém da Criatividade Caruaru, from the standpoint of the entrepreneur subjects, in the development of their businesses. To this end, the methodological procedures used culminated in a qualitative, explanatory research, using content analysis to confront theory and empirical reality. It was verified that the entrepreneurs investigated perceive the environment of the Armazém da Criatividade Caruaru as a stimulating space to learn entrepreneurship, acquire knowledge, relate to other entrepreneurs, exchange experiences, update themselves and consequently, improve their business. However, given the regional particularities, there are strategic demands for an improvement in the relationship, encouraging more dialogue and inclusion of other members of the ecosystem; as well as operational demands to promote the expansion of consulting services, attracting investors and participation in public funding. However, these evidences reaffirm the importance of shared spaces for entrepreneurial learning, deserving attention from public policies and from individuals who seek to become entrepreneurs.

**Keywords:** Entrepreneurial Learning. Entrepreneur. Creative Industry.

## 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 (MAN E LAU, 2000).

Para empreender, os indivíduos precisam desenvolver habilidades incluindo a disposição para aprender (DIAS; MARTENS, 2016). Este processo permite ao empreendedor compreender o ambiente em que está inserido e fazer uso de sua visão, de suas estratégias e atitudes para identificar oportunidades e gerar valor (ANTONELLO, 2005; DIAS, MARTENS, 2016). Ademais, o sujeito empreendedor se adapta às necessidades de cada época, atendendo à demanda por produtos e serviços, desenvolvendo novas ideias e gerando 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). Essas aprendizagens são oriundas de experiências passadas, dos relacionamentos estabelecidos e de conhecimentos adquiridos e negociados em diferentes circunstâncias; estas aprendizagens auxiliam os empreendedores a participar da vida econômica e social com novos modelos de negócio e ramos de atuação, a exemplo das recentes investidas em áreas como a da indústria criativa (DIXON, 2017; QUEIROZ; PARADELA, 2017).

A indústria criativa é uma área de estudo que vem adquirindo relevância desde os anos 2000 e que atualmente ainda se configura como um conceito em desenvolvimento, possuindo diversas definições e formas de caracterização ao redor do mundo (OLIVEIRA; ARAÚJO; SILVA, 2013). Além disso, destaca-se que há pouco entendimento a respeito do processo de desenvolvimento dessas empresas, quais habilidades possuem os empreendedores que as criam (RAE, 2004) e de como um ambiente de aprendizagem, principalmente neste novo setor, proporciona oportunidades de crescimento (FEUERCHUTE, 2012; VENKATAMARAN, 2019). Dessa forma, a presente pesquisa parte da seguinte

problemática: como se dá o processo de aprendizagem empreendedora dos micro e pequenos empresários do Armazém da Criatividade Caruaru no desenvolvimento dos seus negócios?

Este *locus* foi escolhido por ser um complexo tecnológico que fomenta o desenvolvimento através da inovação e do conhecimento, buscando atuar conjuntamente 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). Portanto, o Armazém da Criatividade Caruaru objetiva apoiar o desenvolvimento das áreas de Tecnologia de Informação e de Economia Criativa (GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014).

Desse modo, o presente estudo possui como objetivo principal analisar o processo de aprendizagem empreendedora no Armazém da Criatividade Caruaru, na visão dos sujeitos empreendedores, para o desenvolvimento dos negócios. Desencadeando-se os seguintes objetivos específicos: a) descrever o contexto de aprendizagem dos empreendedores dos setores de Economia Criativa e Tecnologia da Informação que operam a partir do Armazém da Criatividade de Caruaru; e b) analisar, pela ótica dos sujeitos empreendedores, como a aprendizagem empreendedora experiencial, baseada na prática, no contexto, na ação e no conhecimento obtido, auxilia no desenvolvimento organizacional das empresas pesquisadas.

São escassas aproximações empíricas sobre a realidade da aprendizagem empreendedora em âmbito nacional (DIAS; MARTENS, 2016; VOGT; BULGACOV, 2019a) nomeadamente investigações que ponderem sua natureza situada e observações a respeito das práticas dos sujeitos empreendedores em contextos sócio-históricos variados (VOGT; BULGACOV, 2019b). Acrescenta-se ainda o fato de que os estudos referentes a indústrias criativas ainda serem considerados iniciais (QUEIROZ; PARADELA, 2017).

Desse modo a presente pesquisa busca 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 assim 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 empreendedora vivenciado pelos indivíduos que fazem parte do seu ecossistema.

## Referencial Teórico

### 2.1 O sujeito empreendedor

Ao se referir ao empreendedor é relevante iniciar a discussão apresentando seu conceito, em que este pode ser compreendido como a pessoa que busca gerar riquezas e desenvolvimento por meio 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; 2004) destaca que o empreendedor é um indivíduo com notória capacidade para criar e atingir seus objetivos, trabalhando sempre de forma criativa e desenvolvendo uma forte correlação com o ambiente, o que lhe permite enxergar novas oportunidades de negócio.

Este empreendedor e o próprio empreendedorismo estão intrinsecamente ligados às mudanças econômicas, em que 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 (HISRICH; 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. O autor explicita que este fato está atrelado à motivação da atividade empreendedora, considerando 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, na medida em que estes acabam gerando mais riquezas e empregos por estarem envolvidos com a criação de novos produtos ou serviços, além de interligados permanentemente com a busca de novos conhecimentos e com a inovação (DEGEN; MELLO,

1989; DORNELAS, 2008; VALE; CORRÊA; REIS, 2014; GEM, 2016; VENKATARAMAN, 2019).

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. Neste sentido, 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 competência de discernir as oportunidades de negócio e de se lançar nestas (FILION, 1999; 2004).

## 2.2 Aprendizagem Empreendedora

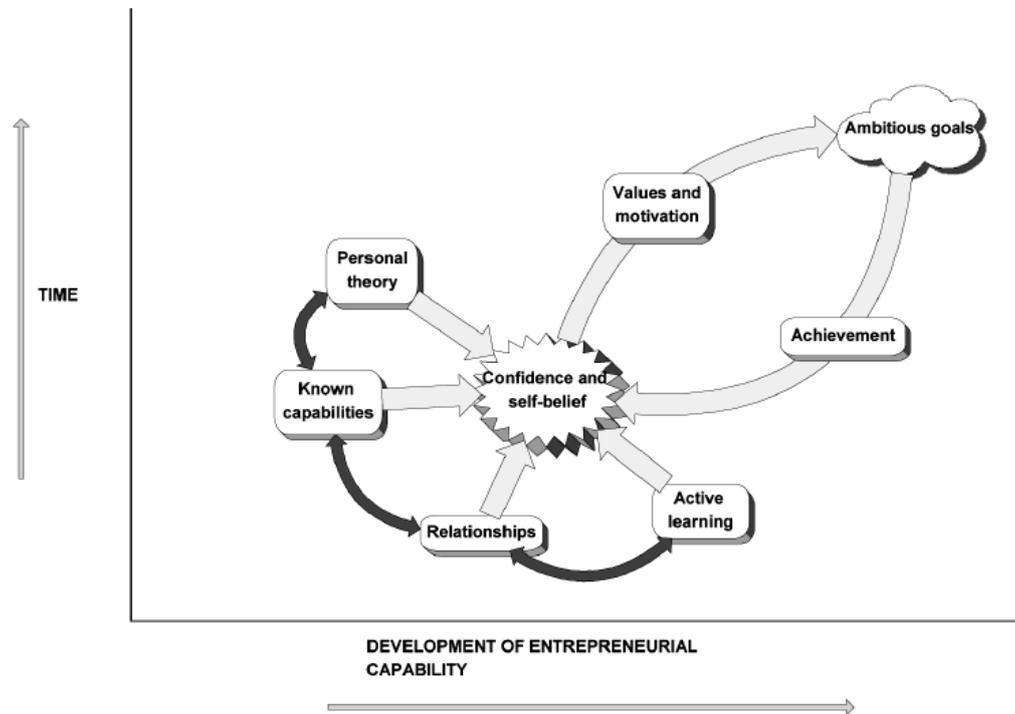
A aprendizagem pode ser compreendida como uma mudança que surgiu em decorrência de alguma vivência anterior e que pode ou não alterar o comportamento do indivíduo (FLEURY, FLEURY, 2008). Nesta temática, é possível identificar a vertente empreendedora do estudo que surgiu desde o final da década de 1980, partindo de questionamentos do empreendedorismo (VOGT; BULGACOV, 2019a).

A aprendizagem empreendedora, segundo Rae e Carswell (2000), constitui um processo social no qual 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 construção histórica, servindo as práticas aplicadas e bem-sucedidas como exemplo para outros empreendedores (RAE; CARSWELL, 2000).

Em complemento a esta definição, Politis (2005) e Dias e Martens (2016) 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, os empreendedores tendem a aprender de forma mais eficiente a partir de experiências práticas, sucessos, fracassos e da observação da vivência de outras pessoas (RAE; CARSWELL, 2000).

A Figura 1 apresenta o modelo de aprendizagem empreendedora que, conforme Rae e Carswell (2000), foi desenvolvido através do estudo centrado na história dos empreendedores.

Figura 1 - Modelo de Aprendizagem Empreendedora



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

O modelo destacado na figura 1 explicita que a capacidade empreendedora pode ser aprendida por meio de fatores característicos do empreendedor, sendo estes a sua motivação, autoconfiança, autoeficácia, criação de metas ambiciosas, relações interpessoais, experiências vividas, capacidades aprendidas, habilidade de aprender rápido e refletir esse processo (RAE; CARSWELL, 2000).

No sentido de aprofundar a compreensão da aprendizagem empreendedora, entende-se que a metodologia de análise criada por Rae (2004) é pertinente, pois já foi testada empiricamente por meio de pesquisas realizadas pelo autor. Este modelo, que serviu de base para o presente estudo, examina o indivíduo em seu contexto social e é dividido em três dimensões principais de análise, sendo estas: (1) a formação pessoal e social; (2) a aprendizagem contextual e (3) o empreendimento negociado (RAE, 2004).

A primeira dimensão é a de formação pessoal e social, sendo esta formação correspondente ao desenvolvimento da identidade do empreendedor, às vivências nas quais ele transmite seus sentimentos, desejos e aspirações para o futuro (RAE, 2004). Esta identidade empreendedora é construída e influenciada pelas relações familiares, experiências na carreira, relações sociais e histórico de educação do indivíduo (RAE, 2004). Em

complemento a esta perspectiva, o estudo feito por Farashah (2015), traz que os fatores demográficos, institucionais e cognitivos são aspectos que podem influenciar no processo de desenvolvimento da intenção empreendedora.

A dimensão de aprendizagem contextual, por sua vez, acontece por meio do compartilhamento das experiências individuais das pessoas de um mesmo setor e de uma mesma cultura, as quais criam significado e teorias sobre as práticas empreendedoras (RAE, 2004). 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. Desse modo, através da experiência social, vivenciada no contexto, 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 oportunidades (RAE, 2004).

Por fim, Rae (2004) explica 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. Esta dimensão constitui 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 no estudo de 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.

Portanto o processo de aprendizagem empreendedora é influenciado por experiências passadas dos indivíduos, se positivas geram segurança e se negativas incentivam a busca de alternativas para enfrentar os desafios (MAN, 2006). Dessa forma, o processo de aprendizagem através da experiência é um caminho utilizado para a criação e desenvolvimento de competências empreendedoras, contribuindo para que os esses melhorem o gerenciamento dos seus novos negócios (POLITIS, 2005).

### **Procedimentos Metodológicos**

O método constituído fez o percurso para se atingir o objetivo desta pesquisa que é o de analisar o processo de aprendizagem empreendedora no Armazém da Criatividade Caruaru, na visão dos empreendedores, no desenvolvimento dos seus negócios.

Em relação à natureza da investigação utilizou-se a abordagem qualitativa, por esta trazer a dimensão da subjetividade ao fenômeno da aprendizagem empreendedora, abarcando contribuições relevantes através da análise do depoimento de pessoas que representem esse público pesquisado (DEMO, 2000). Ainda segundo o mesmo autor, a pesquisa qualitativa permite a geração de um material mais dinâmico que permite maior flexibilidade para perceber o fenômeno pesquisado (DEMO, 2000). Sendo assim essa situação fornece uma das principais vantagens, característica da análise qualitativa, que é a viabilidade à descoberta de questões que poderiam passar despercebidas em um questionário fechado (HAIR et al., 2005).

No que tange ao objeto este estudo se configurou como de caráter explicativo, o qual busca ir além de descrever e analisar o fenômeno, abrangendo 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, perscrutando as características do empreendedor, buscando compreender como foi o seu processo de aprendizagem empreendedora, além da origem e a motivação que guiaram suas práticas.

Esta pesquisa pode ser caracterizada como um estudo de desenho transversal, uma vez que este consente a análise de um recorte da realidade e a verificação de fatores administrativos, em um determinado período no tempo (HAIR et al., 2005). Quanto a estratégia de investigação desenvolvida esta é classificada como estudo de caso, o qual constitui um método que possui como objetivo analisar casos específicos que sejam relevantes e representativos em determinado contexto (SEVERINO, 2007).

Dessa forma a pesquisa foi efetuada no Armazém da Criatividade Caruaru, sede do Porto Digital no interior do Estado de Pernambuco, durante o mês de maio do ano de 2019. Este espaço inaugurado em 2015 e busca unir de forma espacial, funcional e operacional um conjunto de fatores e agentes que dão suporte ao desenvolvimento do conhecimento e da inovação; sendo 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).

No tocante ao plano de coleta de dados se optou pelo método de entrevistas individuais, por ser considerado significativo para alcançar a compreensão dos casos investigados. A entrevista semiestruturada é uma técnica de pesquisa que possui pontos previamente desenvolvidos e correlacionados, sendo esta uma técnica que ajuda a direcionar as respostas e a categorizar as mesmas sem perder a subjetividade do sujeito entrevistado (SEVERINO, 2007).

As questões foram desenvolvidas através do protocolo de pesquisa, anexo no Apêndice A, que teve como base os objetivos específicos do trabalho e os principais conceitos da literatura explorados no referencial teórico. É importante destacar que foi realizado pré-teste com uma empresa partícipe do ecossistema do Armazém da Criatividade Caruaru, visando minimizar os erros e otimizar o resultado obtido nas entrevistas (FLICK, 2013).

A escolha dos sujeitos da pesquisa, para aplicação das entrevistas, se deu mediante a disponibilidade dos mesmos resultando em uma amostra de empresários de micro e pequenas empresas, inseridos no ecossistema do Armazém da Criatividade Caruaru, distribuídos nas áreas de desenvolvimento de *software*, serviços de Tecnologia da Informação e de Economia Criativa. Os entrevistados participaram dos programas oferecidos pelo Armazém da Criatividade Caruaru, tais como capacitações, assessorias e mentorias; e, estavam situados nas salas empresariais, no *co-working* ou participando da turma de incubação.

Vale destacar que para o processo de coleta de dados, as entrevistas foram gravadas em áudio e posteriormente transcritas para a análise. Buscou-se também atender a questões éticas de pesquisa tais como o fornecimento de informações aos participantes quanto ao objetivo da pesquisa, a garantia do anonimato dos entrevistados e de suas respectivas organizações, além de elucidação e assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido (FLICK, 2013).

Em se tratando da fase de interpretação dos dados colhidos, foi feita uma compilação e categorização dos principais pontos das respostas dos entrevistados, vislumbrada através da criação de uma planilha no *Microsoft Excel*. Esta categorização e síntese das respostas serviu de base para a utilização do método de análise do conteúdo, o qual consiste em um conjunto de técnicas para analisar as falas do entrevistado em seu processo de comunicação, verificando nos textos fatores que impactem nas variáveis estudadas (BARDIN, 2011). Foi seguido o roteiro sugerido por Bardin (2011), que subdivide a análise do conteúdo em três etapas sendo estas a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados através da inferência e interpretação dos mesmos.

## Análise e Discussão dos Resultados

### 4.1 Caracterização dos entrevistados

Foi elaborado um mapeamento das principais características dos empreendedores investigados, buscando ter uma visão mais acurada a respeito do perfil dos micro e pequenos empresários do ecossistema do Armazém da Criatividade Caruaru.

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

**Quadro 1 – Perfil dos entrevistados**

Fonte: Elaborado pelos autores.

O quadro 1 sintetiza o perfil dos entrevistados, sendo perceptível que na amostra prevalecem empreendedores da área de Economia Criativa. Contudo, em geral, a pesquisa demonstra um recorte bastante variado em relação a sexo, idade e tempo de mercado destes empresários, sendo este um fator positivo por possibilitar que a análise empreendida no estudo se dê com sujeitos constantes em diferentes estágios da vida e do negócio.

### 4.2 O Sujeito Empreendedor

Tendo em vista que o espaço do Armazém da Criatividade Caruaru objetiva promover o aumento das oportunidades de acesso à informação, ao conhecimento e à pesquisa (GOVERNO NO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014), é razoável supor que os sujeitos do presente estudo, por estarem imersos neste ecossistema, estão em contato com diversos estímulos. Desse modo, ao se relacionar com este contexto, o empreendedor é incentivado a despertar a vocação para os negócios, pois, de acordo com Shane e Venkataraman (2000) e

Filion (2017) por meio de sua capacidade de aprender e investir em uma oportunidade, surgem os novos interesses de mercado.

A motivação para empreender, foi evidenciado por Degen (2009), podem ser de dois tipos: por necessidade e por oportunidade. Esse gatilho inicial que está por trás de mudanças econômicas que acontecem quando os empreendedores passam a criar novos produtos e serviços ao identificarem uma oportunidade de negócio que pretendem perseguir (GEM, 2016). É perceptível que os sujeitos empreendedores identificam novas oportunidades de negócios, principalmente por meio 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).

Compreende-se então que há uma tendência dos pesquisados em buscar desenvolver novos negócios e produtos, conforme elucidado por Dolabela (2008), recorrendo a aprendizagem mediante procura por conhecimento com potencial inovador. Nesse sentido é possível perceber que há tendência dos entrevistados de buscarem desenvolver novos negócios e produtos a partir de uma sistemática própria do Armazém da Criatividade Caruaru, 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 ampliar as chances de identificação de oportunidade que tenha potencial de gerar riquezas, empregos e impactar positivamente na economia (VENKATARAMAN, 2019).

Esse cenário de ação é potencializado com a presença do sujeito empreendedor, que para Filion (1999) já possuem ótima capacidade de criar e atingir objetivos, com criatividade e interação com o meio ambiente no sentido de atentar a novas oportunidades. Nesta perspectiva, os entrevistados possuem mais um suporte necessário do que precisa ser feito, atentando para as ferramentas de gestão e métodos que auxiliam na realização dos 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).

Outros, direcionam-se por seus instintos, observando o mercado e se atentando a experiências de terceiros.

“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 de aprendizagem tem-se a aliança entre o conhecimento fornecido pelo Armazém da Criatividade Caruaru e os esforços individuais dos empreendedores para a realização das metas e para o desenvolvimento de novas ideias. Nesse espaço há o fomento da economia criativa local e esta, por sua vez, possui potencial 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 notório que o Armazém da Criatividade Caruaru representa um espaço de desenvolvimento e aprimoramento dos negócios para os entrevistados. A contribuição se deu, na visão dos empreendedores investigados, por meio da oferta de capacitações, por possibilitar maior *networking* e por disponibilizar uma ótima infraestrutura. Ou seja, o Armazém funciona nos termos descritos por Feuerchute (2012), como um ambiente de aprendizagem o qual possibilita alternativas de conhecimentos e experiências para o empreendedor.

### 4.3 Aprendizagem Empreendedora

Esta seção trata de como os empreendedores entrevistados aprendem, defrontando a teoria que entende que a aprendizagem ocorre a partir das experiências e da consideração de vivências de terceiros (RAE; CARSWELL, 2000). Pretende-se validar a compreensão de que, no contexto do Armazém da Criatividade, o conhecimento se torna a base de uma jornada de aprendizagem em que os sujeitos empreendedores têm chances de aprimorar os seus negócios.

### 4.3.1 Formação pessoal e social

Para compreender a identidade empreendedora dos entrevistados, é oportuno considerar os aspectos que lhes influenciaram em sua trajetória, como salientado por Rae (2004), atentando para a motivação, educação, experiências e exemplos de terceiros na constituição dos sonhos e aspirações de cada indivíduo. Em relação à escolaridade, foi constatado que em sua maioria os empreendedores possuem formação superior. Porém, destoam desse padrão o Entrevistado 4, que é autodidata, tendo concluído apenas o Ensino Fundamental 1 e atualmente está realizando uma especialização; e o Entrevistado 6 que possui o ensino médio completo. A respeito da motivação, ou seja, o que levou os entrevistados a empreenderem, 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.

“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).

Em se tratando da influência de terceiros nessa vocação, as respostas dos entrevistados foram variadas, mas em sua maioria existiu alguma figura de referência que guiou esse caminho de empreendedorismo. Estas figuras são normalmente membros da família, professores, patrões e as próprias pessoas do setor, sendo este um fato que corrobora com a afirmação de Rae (2004), onde a identidade empreendedora é influenciada por estas relações. Atualizando também a discussão de Vale, Corrêa e Reis (2014), para os quais as motivações para empreender não acontecem apenas por oportunidade ou necessidade, havendo múltiplas razões. Apenas dois dos entrevistados não consideram nenhuma influência para empreender, embora possuam pessoas de referência em outros aspectos da vida. Dessa forma, compreende-se 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.

Esse contexto é relevante compreender o que levou os entrevistados a ingressarem no ecossistema do Armazém da Criatividade, uma vez que para Rae (2004) as vivências, experiências e relações sociais na carreira influenciam nos caminhos feitos pelo empreendedor. Um fator comum entre todos os entrevistados é que antes de fazerem parte do Armazém da Criatividade Caruaru, todos eles tiveram algum contato com o esse espaço seja pela participação em eventos, em palestras ou seja pela divulgação do espaço nas universidades e na televisão.

“A gente estava em outra aula, de estamperia 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).

Percebe-se que a construção histórica de vivências e experiências dos indivíduos nas esferas pessoais e profissionais, conforme explorado por Rae (2004) e Farashah (2015), influenciam no propósito de empreender.

#### 4.3.2 Aprendizagem contextual

Considerando que a dimensão da aprendizagem contextual acontece por meio do compartilhamento de experiências vividas pelas pessoas em um ambiente profissional (RAE, 2004), pode-se analisar qual a relevância que as relações sociais tem para os entrevistados.

“Tanto 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 pesquisei 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).

Desse modo, entende-se que há uma unanimidade dos entrevistados quanto à importância de se inspirar em outras empresas do mercado, de buscar referências e se manter atualizado, concordando assim com o que foi proposto por Rae (2004) e Queiroz e Paradela (2017). Percebeu-se também que essa troca de experiências, na visão da maioria dos entrevistados não impactou diretamente na criação de um novo negócio, mas contribuiu com novos *insights* de como promover a melhoria do negócio e das operações e processos organizacionais.

“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 divergem dessa compreensão e afirmam o que Rae e Carswell (2000) argumentam, que as pessoas ao redor e as experiências cruzadas lhes inspiraram a criar algo novo.

“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).

Em que pese essas considerações, depreende-se que a vivência social dos empreendedores acaba gerando um aprendizado intuitivo, permitindo que estes indivíduos identifiquem questões do seu dia a dia nas ações e trocas com outros empresários (RAE; CARSWELL, 2000; RAE, 2004). Ou seja, constata-se que eles valorizam e aprendem como melhorar o seu negócio baseado na troca de experiências e na observação das falhas e sucessos de outros empreendedores.

Por fim, aduz-se que o contexto é visto como fundamental para o desenvolvimento dos seus negócios, concordando os entrevistados em sua totalidade que o Armazém da Criatividade proporcionou, de alguma forma, experiências promotoras de aprendizagem de algo novo. Como destacado pelo Entrevistado 2: “[...] acredito que esses eventos de bate-papo, essas trocas de informação, ajudaram nesse processo de aprendizado”. Os empreendedores investigados elucidam claramente os impactos dos programas disponibilizados pelo Armazém para promoção do aprendizado empreendedor e corroboram com Soetanto (2017) quanto às possibilidades de *networking*:

“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).

Por conseguinte, percebe-se nitidamente que através das experiências dos entrevistados, vivenciadas no Armazém da Criatividade, fomenta-se a aprendizagem que envolve os empreendedores e as lideranças do Armazém num processo interativo que pode resultar em novos negócios. Além disso, reafirma a perspectiva de autores como Filion (2004, 1999) para quem os processos de negócios têm, cada vez mais, um caráter de aprendizagem coletivo e interativa num cenário de negócios mais complexos, como é o setor de economia criativa.

### 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 desenvolvida. Neste sentido, todos os entrevistados afirmaram que a sua vivência foi principalmente positiva e que esta gerou efeitos profícuos para o seu negócio. Esse consenso corrobora com Dixon (2017) que afirma que a chave para

o sucesso dos empreendimentos são as experiências vivenciadas, relacionamentos estabelecidos e conhecimentos adquiridos que são negociados durante o desenvolvimento da organização.

“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).

Mesmo podendo apresentar 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; notou-se que a disposição dos entrevistados para recomendar a participação das pessoas no Armazém da Criatividade é unânime.

“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).

Destacam-se ainda algumas sugestões de melhoria e críticas, na visão dos entrevistados, em relação ao Armazém da Criatividade, sendo possível conceber 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).

Portanto, compreende-se que apesar dos pontos a melhorar, o Armazém da Criatividade Caruaru se apresenta para os empreendedores como um espaço adequado no fornecimento de estrutura para o desenvolvimento de parcerias, inter-relações com outros empreendedores, troca de conhecimentos e práticas, sendo então um ambiente que promove o contínuo acúmulo de experiências sobre as novas tecnologias de negócio no setor de economia criativa, sobre o mercado e oportunidade de desenvolvimento de novos negócios.

### **Considerações Finais**

A partir das discussões acerca do processo de aprendizagem empreendedora, em um espaço de fomento a Economia Criativa e Tecnologia da Informação, é possível compreender que na visão dos sujeitos analisados este ambiente contribui para o desenvolvimento dos seus negócios, tanto no estrato da liderança estratégica como nas ferramentas de execução operacionais. Esta apreensão coloca em evidência a importância do investimento nesses espaços de aprendizagem compartilhada, tanto por parte das políticas públicas, como também, por parte de indivíduos que busquem empreender. Buscou-se por meio de defrontações com a teoria, entender as vivências dos empreendedores constantes no Armazém da Criatividade Caruaru. Dessa forma, a finalidade do estudo consistiu em analisar o processo de aprendizagem empreendedora no Armazém da Criatividade Caruaru, na visão dos sujeitos empreendedores, no desenvolvimento dos seus negócios.

A representação deste espaço, na compreensão dos entrevistados para sua constituição enquanto sujeito empreendedor, é de que o mesmo possibilita e amplia as alternativas de conhecimentos e experiências através das capacitações disponibilizadas, favorecendo o *networking* e proporcionando o usufruto de uma infraestrutura de qualidade. Estes aspectos, são apontados pelos empresários do Armazém da Criatividade como impulsionadores da vocação para os negócios e para a habilidade de questionar fatos, correlacionar informações e ações, além de relacionar as atividades que afetam o desenvolvimento da inovação.

Os registros confirmam que em relação à formação pessoal e social, os empreendedores elucidam alguns aspectos de sua construção histórica, nos âmbitos da experiência vivida e profissional, que influenciaram na intenção de empreender. Sendo então destacada a existência de pessoas de referência em seus processos decisórios para empreender, o que vai além da motivação por necessidade ou oportunidade; aqui também entra a relevância

do contexto de atuação do sujeito empreendedor, ficando evidente que um primeiro contato com as atividades do Armazém da Criatividade, reafirma o interesse em empreender.

Estes elementos favorecem a ocorrência da perspectiva do empreendimento negociado, na qual além de lograr dos programas do Armazém da Criatividade Caruaru e das interrelações com outros empreendedores, em benefício aos seus negócios. E apesar de considerarem que alguns fatores ainda precisam ser melhorados, como maior diálogo do armazém com as demandas dos empreendedores, os entrevistados reconhecem o espaço como positivo ao crescimento dos seus negócios.

Quanto às limitações deste estudo, evidencia-se a realização de entrevistas com uma pequena amostra, não abarcando outros ecossistemas de atuação semelhantes e o uso de apenas um método de coleta de dados. Dessa forma, este estudo possui potencial para ser replicado em outras instituições de fomento análogas ao Armazém da Criatividade Caruaru, reafirmando a importância desse tipo de empreendimento na formação contínuo dos empreendedores, além de se sugerir a aplicação de triangulação de fonte de dados, com a utilização de técnicas como a de observação, podendo-se perceber aspectos na prática dos empreendedores que não sejam elucidados nas entrevistas.

### Agradecimento

Agradecimento a Eletrobras/CHESF, pelo apoio financeiro neste trabalho, que foi desenvolvido no arcabouço do projeto “*A modelagem e implementação de hub inovação para o desenvolvimento do setor elétrico na região do semiárido*” - Termo de Convênio - 9459.2021.00.

### 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, p. 12-33, 2005.
- ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE. Quem somos. **Armazém da Criatividade**, 2019. Disponível em: <<http://armazemdacriatividade.org/#about>>. Acesso em: 03 de mar. de 2019.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70 Ltda, 2011.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

- DEGEN, R. J.; MELLO, A. A. A. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial.** McGraw-Hill, 1989.
- DEMO, P. **Metodologia do conhecimento científico.** São Paulo: Atlas, 2000.
- DIAS, T. R. F. V.; MARTENS, C. D. P. 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, N. M. **The organizational learning cycle: How we can learn collectively.** Routledge, 2017.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza.** Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo.** Elsevier Brasil, 2008.
- FARASHAH, A. D. 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, S. G.; ALPERSTEDT, G. D.; GODOI, C. K. 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, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.
- FILION, L. J. Entendendo os intraempreendedores como visionistas. **Revista de Negócios**, v. 9, n. 2, p. 65-80, 2004.
- FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. **Aprendizagem e inovação organizacional: as experiências de Japão, Coréia e Brasil.** – 2. ed. – 8. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2008.
- FLICK, U. **Introdução a Metodologia de Pesquisa: um guia para iniciantes.** Porto Alegre: Pensa, 2013.
- FROW, P.; MCCOLL-KENNEDY, J.; PAYNE, A. Co-creation practices: Their role in shaping a health care ecosystem. **Industrial Marketing Management**, v.56, 2016.
- 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, M.; URBANO, D.; FAYOLLE, A. Entrepreneurial activity and regional competitiveness: evidence from European entrepreneurial universities. **The Journal of Technology Transfer**, v. 41, n. 1, p. 105-131, 2016.
- HAIR, J. F. Jr. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- MAN, T. W. Y. Exploring the behavioural patterns of entrepreneurial learning: A competency approach. **Education + Training**, v. 48, n. 5, p. 309-321, 2006.
- MAN, T. W. Y.; LAU, T. 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, J. M.; ARAUJO, B. C.; SILVA, L. V. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - Ipea, 2013.
- POLITIS, D. **The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework**. Baylor University: Entrepreneurship theory and practice, p. 399-424, 2005.
- QUEIROZ, A. L.; PARADELA, C. L. Empreendedorismo, indústria criativa e economia criativa: uma evolução conceitual. **Revista Eletrônica Estácio Papirus**, v.4, n.2, p. 124-146, 2017.
- RAE, D. Entrepreneurial learning: a practical model from the creative industries. **Education + training**, v. 46, n. 8/9, p. 492-500, 2004.
- RAE, D.; CARSWELL, M. 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.
- SANGUINET, E. R.; CALVETE, C. S.; WAISMANN, A. P. **Economia da cultura e economia criativa no Brasil: uma análise conjuntural do mercado de trabalho (2014 - 2016)**. In: VALIATI, L.; MOLLER, G. (Orgs.). Economia criativa, cultura e políticas públicas. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.
- SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia de trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of management review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.
- SILVA, F. F.; FEITOSA, M. G. G.; AGUIAR, V. S. M. 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, D. Networks and entrepreneurial learning: coping with difficulties. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 23, n. 3, p. 547-565, 2017.
- VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014.
- VENKATARAMAN, S. **The distinctive domain of entrepreneurship research**. In: Seminal Ideas for the Next Twenty-Five Years of Advances. Emerald Publishing Limited, p. 5-20, 2019.
- VOGT, S. BULGACOV, Y. L. M. Aprendizagem empreendedora: conhecendo o passado e vislumbrando o futuro. **Desenvolvimento em Questão**, v. 17, n. 49, out./dez. 2019a.
- VOGT, S. BULGACOV, Y. L. M. História de vida de empreendedores: estratégia e método de pesquisa para estudar a aprendizagem empreendedora. **REGEPE - Rev. Empreendedorismo Gest. Pequenas Empres.**, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 99-133, set./dez. 2019b.
- ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos Ebape.BR**, p. 564-585, 2011.

## APÊNDICE A – PROTOCOLO DE PESQUISA

<b>TÍTULO</b> “A aprendizagem empreendedora desenvolve meu negócio?” Um estudo entre os empresários inseridos no Armazém da Criatividade Caruaru			
<b>PERGUNTA DE PESQUISA</b>	como se dá o processo de aprendizagem empreendedora dos micro e pequenos empresários do Armazém da Criatividade Caruaru no desenvolvimento dos seus negócios?		
<b>OBJETIVO GERAL</b>	analisar o processo de aprendizagem empreendedora no Armazém da Criatividade Caruaru, na visão dos micro e pequenos empresários, no desenvolvimento dos seus negócios.		
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>COBERTURA TEMÁTICA</b>	<b>CATEGORIA ANALÍTICA</b>	<b>QUESTÕES</b>
1 - Descrever o contexto de aprendizagem dos sujeitos empreendedores dos setores que operam a partir do Armazém da Criatividade de Caruaru.	<b>O sujeito empreendedor</b>	É um indivíduo com notória capacidade para criar e atingir seus objetivos, trabalhando sempre de forma criativa, e desenvolvendo uma forte correlação com o ambiente, o que lhe permite enxergar novas oportunidades de negócio (FILION, 1999; 2004).	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, pela ótica dos micro e pequenos empresários, como a aprendizagem empreendedora experiencial, baseada na prática, no contexto, na ação e no conhecimento obtido, auxilia no desenvolvimento organizacional das empresas pesquisadas.	<b>Aprendizagem Empreendedora</b> 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).	<b>1. Formação Pessoal e Social</b> Corresponde ao desenvolvimento da identidade do empreendedor, às vivências nas quais ele transmite seus sentimentos, desejos e aspirações para o futuro (RAE, 2004). É influenciada pelas relações familiares, experiências na carreira, relações sociais e 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?
		<b>2. Aprendizagem Contextual</b> Acontece por meio do compartilhamento das experiências individuais das pessoas de um mesmo setor e de uma mesma cultura, as quais criam significado e teorias sobre as práticas empreendedoras (RAE, 2004).	8- Você considera relevante e utiliza a experiência de terceiros no seu ramo de atuação? 9- As experiências compartilhadas por terceiros já lhe influenciaram a criar um novo negócio? 10- Quais atividades promovidas pelo Armazém da Criatividade lhe ajudaram a aprender algo novo?
		<b>3. Empreendimento Negociado</b> Refere-se aos objetivos e aspirações do empreendedor a partir das inter-relações deste com os demais membros de sua rede de relacionamentos. Envolve parcerias, mudanças nos papéis, conhecimentos, estruturas e práticas compartilhadas (RAE, 2004).	11- Qual a avaliação que você faz sobre a vivência no Armazém da Criatividade? (impacto positiva ou negativo) 12- Você recomendaria aos seus amigos participar do Armazém da Criatividade? 13- Há alguma sugestão de melhoria ou crítica para o Armazém da Criatividade?

Submetido em: 30.01.2023

Aceito em: 28.02.2023