



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**ALANA ROBERTA ALVES DE MÉLO**

**EMPREENDEDORISMO COMO OPÇÃO DE CARREIRA: O CASO DO  
SR. PAULO ROBERTO FREIRE DE MÉLO, DA ALANA MAGAZINE**

**CAMPINA GRANDE – PB  
2012**

**ALANA ROBERTA ALVES DE MÉLO**

**EMPREENDEDORISMO COMO OPÇÃO DE CARREIRA: O CASO DO  
SR. PAULO ROBERTO FREIRE DE MÉLO, DA ALANA MAGAZINE**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC  
apresentado ao Curso de Bacharelado em  
Administração da Universidade Estadual da  
Paraíba, em cumprimento às exigências legais,  
para obtenção do título de Bacharela em  
Administração.

Área de Concentração: Empreendedorismo

Orientadora: Profa. MSc. Maria Dilma Guedes

**CAMPINA GRANDE – PB  
2012**

M528e

Mélo, Alana Roberta Alves de.

Empreendedorismo como opção de carreira: o caso do Sr. Paulo Roberto Freire de Mélo, da Alana Magazine. [manuscrito] /Alana Roberta Alves de Mélo. – 2012. 59f.; il. Color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2012

“Orientação: Profa. Ms. Maria Dilma Guedes, Departamento de Administração e Economia”.

1. Empreendedor. 2. Empreendedorismo.
3. Intraempreendedorismo I. Título.

21. ed. CDD 650.1

ALANA ROBERTA ALVES DE MÉLO

1010 (dez)  
M. Guedes

**EMPREENDEDORISMO COMO OPÇÃO DE CARREIRA: O CASO DO  
SR. PAULO ROBERTO FREIRE DE MÉLO, DA ALANA MAGAZINE**

Aprovada em: 05 de julho de 2012.

**BANCA EXAMINADORA**

*Maria Dilma Guedes*

\_\_\_\_\_  
Profa. Maria Dilma Guedes (Orientadora)  
Mestre em Recursos Humanos e Organizações – UFPB

*Yêda Silveira Martins Lacerda*

\_\_\_\_\_  
Profa. Yêda Silveira Martins Lacerda (Examinadora)  
Mestre em Ciências da Sociedade – UEPB

*Luís de Sousa Lima*

\_\_\_\_\_  
Prof. Luís de Sousa Lima (Examinador)  
Mestre em Ciências da Sociedade – UEPB

*D*edico este trabalho a Deus, por tudo que me proporciona, dando-me força e fé para enfrentar os problemas da vida e por estar presente na execução deste trabalho.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a **Deus** pela realização desse sonho, e por me trazer esperanças para que eu possa superar cada obstáculo, sendo a minha principal fonte de amor.

À **minha família**, em especial aos meus pais, **Paulo e Ivone**, por se fazerem presentes e me ajudarem em muitos momentos da minha vida.

Ao meu amor, **Nycholas Fernandes**, por abdicar de momentos de diversão para se fazer presente na minha vida em muitos momentos difíceis.

A minha querida orientadora, **Profa. Maria Dilma Guedes**, por estar sempre à disposição na realização deste trabalho, sendo uma pessoa extremamente dedicada e atenciosa.

A todos os **professores da UEPB**, pelas informações repassadas, formando todo o conhecimento acadêmico até hoje construído, em especial agradeço aos Professores **Luís e Yêda**, membros da banca examinadora pela disponibilidade.

Aos meus queridos amigos, **Simone Azevedo e Rafael Belizário** que sempre me estenderam a mão, bem como aos outros colegas de classe, por me ajudarem em momentos de dificuldade.

A todos, que me ajudaram até de forma indireta, muito obrigada!

Em todas as coisas o sucesso depende de uma preparação prévia, e sem tal preparação o falhanço é certo.

Confúcio

---

## RESUMO

O número de novos empreendimentos vem crescendo bastante, o que vem a ser um índice satisfatório, porém quando se observa o grande número de empresas em decadência muitas questões são levantadas a respeito das práticas empreendedoras. Alguns buscam investir em um novo empreendimento, por este se tratar de um objetivo de vida, ou até mesmo de uma realização profissional. A falta de planejamento ainda é um ponto negativo dentre esses empreendimentos, já a capacidade do empreendedor na tomada de decisão é uma grande qualidade, a busca por soluções inteligentes dentro da empresa é uma condição essencial, o que pode definir o sucesso do empreendimento, bem como a geração de renda e emprego no ambiente em que se está fixado. Neste contexto, o objetivo primordial do trabalho foi identificar e analisar as práticas empreendedoras vivenciadas pelo Sr. Paulo Roberto Freire de Mélo no ambiente dos negócios. O modelo monográfico empregado foi um estudo de caso, seguido de pesquisa de campo exploratória, descritiva, explicativa e bibliográfica. Na aplicação da pesquisa o instrumento usado foi uma entrevista, realizada com o Sr. Paulo Roberto Freire de Mélo, objeto de estudo deste trabalho. Posteriormente a coleta de dados, observou-se que as práticas utilizadas pelo empreendedor mostram-se eficazes, mesmo sabendo que muitas lacunas ainda precisam ser preenchidas, os métodos escolhidas pelo empreendedor estão de acordo com as práticas definidas pelos autores da administração, comprovando que a boa dedicação em relação ao trabalho leva á eficácia.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Empreendedor. Intraempreendedorismo.



---

## ABSTRACT

The number of new ventures has been growing a lot, which happens to be a satisfactory index, but when looking at the large number of companies in decline will be many questions are raised about the entrepreneurial practices. Some seek to invest in a new venture for this it is a life goal, or even a professional achievement. Lack of planning is still a downside among these enterprises, since the ability of the entrepreneur in decision making is a high quality, the search for intelligent solutions within the enterprise is an essential condition, which can define the success of the enterprise, as well such as income generation and employment environment in which it is attached. In this context the main objective of this study was to identify and analyze the practices experienced by the enterprising Mr. Paulo Roberto Freire Mélo in the business environment. The model used was a monographic case study, followed by fieldwork exploratory, descriptive, explanatory and bibliographical. In the implementation of the survey instrument used was an interview held with Mr. Paulo Roberto Freire Mélo, object of the present study. Later will collect data, we found that the practices used by the entrepreneur show to be effective, even though many gaps remain to be fulfilled, the methods chosen by the entrepreneur are in accordance with the practices defined by the authors of the administration, proving that the good dedication towards the work leads to the effectiveness.

**Keywords:** Entrepreneurship. Entrepreneur. Intrapreneurship.

---

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	Logomarca da empresa .....	36
<b>Figura 2</b>	Linha Seda .....	38
<b>Figura 3</b>	Linha Palmolive .....	38
<b>Figura 4</b>	Linha Pantene.....	38
<b>Figura 5</b>	Creme para hidratação Origem .....	38
<b>Figura 6</b>	Alisantes para cabelo HairLife .....	38
<b>Figura 7</b>	Tinturas para cabelo Cor&Ton .....	38
<b>Figura 8</b>	Produtos Johnson's .....	39
<b>Figura 9</b>	Linha Trálalá.....	39
<b>Figura 10</b>	Absorvente Always .....	39
<b>Figura 11</b>	Alumínio São Paulo .....	39
<b>Figura 12</b>	Baton Garoto.....	39
<b>Figura 13</b>	Caixas de Isopor.....	39
<b>Figura 14</b>	Carteiras em couro .....	39
<b>Figura 15</b>	Colônia Gellu's .....	39
<b>Figura 16</b>	Desinfetante Casa.....	39
<b>Figura 17</b>	Fraldas Pampers .....	39
<b>Figura 18</b>	Garrafas de Café Alladin.....	39
<b>Figura 19</b>	Havaianas .....	39
<b>Figura 20</b>	Hidratante Paixão.....	40
<b>Figura 21</b>	Material Escolar .....	40
<b>Figura 22</b>	Anti-séptico Oral-B.....	40
<b>Figura 23</b>	Papel Higiênico Floral .....	40
<b>Figura 24</b>	Vasilhas de plástico Plasútil.....	40
<b>Figura 25</b>	Sabonete Lux .....	40
<b>Figura 26</b>	Vassouras Lady .....	40
<b>Figura 27</b>	Porta Retratos.....	40
<b>Figura 28</b>	Brinquedos diversos.....	40
<b>Figura 29</b>	Organograma proposto.....	42

## LISTA DE ABREVIATURAS

<b>SEBRAE</b>	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
<b>SOFTEX</b>	Sociedade Brasileira para Exportação de <i>Software</i>
<b>GEM</b>	Global Entrepreneurship Monitor

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>CAPÍTULO 1 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>14</b>
1.1 O ESPÍRITO EMPREENDEDOR NAS ORGANIZAÇÕES .....	14
1.2 EMPREENDEDORISMO: DEFINIÇÕES .....	16
1.3 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR .....	19
1.4 ENSINANDO EMPREENDEDORISMO .....	21
1.5 <i>INTRAPRENEUR/ENTRAPRENEUR</i> .....	22
1.5.1 <i>Intrapreneurs</i> .....	23
1.5.2 <i>Entrepreneurs</i> .....	24
1.6 TIPOS DE EMPREENDEDORES .....	25
1.7 EMPREENDEDOR X ADMINISTRADOR .....	26
1.8 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	28
1.9 MITOS DO EMPREENDEDOR .....	29
1.10 MORTALIDADE DAS EMPRESAS .....	30
1.11 EMPREENDEDOR SOCIAL .....	32
1.12 EMPRESA FAMILIAR .....	34
<b>CAPÍTULO 2 – CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA</b> .....	<b>36</b>
2.1 NOME EMPRESARIAL .....	36
2.2 NOME DE FANTASIA .....	36
2.3 LOGOMARCA .....	36
2.4 ENDEREÇO .....	36
2.5 FORMA JURÍDICA .....	36
2.6 CADASTRO NACIONAL PESSOA JURÍDICA – CNPJ .....	36
2.7 INSCRIÇÃO ESTADUAL .....	37
2.8 RAMO DE ATIVIDADE .....	37
2.9 NÚMERO DE COLABORADORES .....	37
2.10 ÁREA GEOGRÁFICA DE ATUAÇÃO .....	37
2.11 HISTÓRICO DA EMPRESA .....	37
2.12 PRINCIPAIS PRODUTOS .....	38
2.13 PÚBLICO-ALVO .....	41
2.14 VALORES .....	41
2.15 MISSÃO.....	41

2.16	VISÃO.....	41
2.17	ANÁLISE ORGANIZACIONAL .....	41
<b>2.17.1</b>	<b>Ambiente Interno</b> .....	41
2.17.1.1	Pontos fortes.....	41
2.17.1.2	Pontos fracos .....	41
<b>2.17.2</b>	<b>Ambiente Externo</b> .....	42
2.17.2.1	Oportunidades .....	42
2.17.2.2	Ameaças .....	42
2.18	ESTRUTURA ORGANIZACIONALL .....	42
<b>2.18.1</b>	<b>Organograma Proposto</b> .....	42
<b>2.18.2</b>	<b>Descrição das atribuições</b> .....	43
 <b>CAPÍTULO 3 – ASPECTOS METODOLÓGICOS</b> .....		44
3.1	TIPO DE PESQUISA .....	44
3.2	ETAPAS DA PESQUISA .....	45
3.3	SELEÇÃO DOS SUJEITOS .....	46
3.4	INSTRUMENTO .....	46
3.5	COLETA DE DADOS .....	46
3.6	TRATAMENTO DE DADOS .....	46
 <b>CAPITULO 4 – APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS</b> .....		47
4.1	ENTREVISTA COM O EMPREENDEDOR .....	47
4.2	ANÁLISE DE CONTEÚDO .....	50
 <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....		53
 <b>REFERÊNCIAS</b> .....		56
 <b>APÊNDICE</b> .....		59

## INTRODUÇÃO

O tema Empreendedorismo ainda é considerado novidade, haja vista a dificuldade das pessoas em lidar com o assunto. Aqui no Brasil esse é um problema ainda mais acentuado, já que o tema só se destacou na década de 90. A importância de desenvolver bons empreendedores é fazer-se cada vez mais necessária, pois isso pode ajudar no desenvolvimento do país.

Ser um empreendedor de sucesso não é fácil, muitas dificuldades surgem na longa jornada em busca de um bom lugar, a carga tributária excessiva chega a assustar os candidatos a empreendedor, o que reduz a capacidade de competir e dificulta um investimento maior dentro da empresa. Criar algo a partir da identificação de uma oportunidade requer muita dedicação, persistência e ousadia, assim será mais fácil passar pelas dificuldades.

É importante o desenvolvimento de algumas aptidões na sucessão de um negócio, investir no autodesenvolvimento e no conhecimento na área de atuação é de grande importância, bem como saber transferir seus conhecimentos aos demais funcionários. Reconhecer, definir problemas e encontrar soluções são características importantes de um empreendedor, a identificação do que precisa ser feito frente aos obstáculos, ser criativo na hora de gerar boas ideias, adaptando-se as condições favoráveis ou até mesmo desfavoráveis são requisitos básicos a esse profissional. A coerência na hora de gerir um negócio proporcionará inúmeros ganhos ao gestor.

Um bom empreendedor consegue manter um negócio competitivo, atrelado a um bom plano de negócio pode se tornar um diferencial estratégico. A competitividade no mercado é alta, mas o lugar para pessoas competitivas é garantido, os projetos realizados dentro de uma organização não devem ser esquecidos, precisam estar devidamente equilibrados. A partir disso questiona-se: **Qual a percepção do Sr. Paulo Roberto Freire de Melo com relação às práticas empreendedoras necessárias para gerir um negócio?**

Diante de tal fato, esse estudo tem como principal objetivo identificar e analisar as práticas empreendedoras vivenciadas pelo Sr. Paulo Roberto Freire de Melo no ambiente dos negócios.

Como objetivos específicos, pretende-se:

- Avaliar a visão do empreendedor;
- Observar a relação empreendedor/cliente; e
- Analisar o conhecimento do empreendedor em relação às práticas empreendedoras.

Através do empreendedorismo mede-se a riqueza do país, sabe-se que a criação de empresas surge através do espírito empreendedor, que atua também de forma direta contra o desemprego, a partir daí justifica-se a relevância do tema.

O trabalho encontra-se estruturado da seguinte maneira:

- **Capítulo 1:** Fundamentação Teórica – Aborda uma análise sobre as pequenas e médias empresas, conceitos de empreendedorismo e empresa familiar, mencionando a base literária para sua elaboração.
- **Capítulo 2:** Caracterização da Empresa – Descreve características jurídicas e internas da organização.
- **Capítulo 3:** Aspectos Metodológicos – Mostra os tipos de pesquisa, suas etapas, o sujeito da pesquisa, o instrumento de coleta de dados e o tratamento de dados.
- **Capítulo 4:** Apresentação dos Resultados – Apresenta os resultados obtidos na pesquisa.

Como fechamento do trabalho apresentam-se as Conclusões, Referências e Apêndice.

## 1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 1.1 O ESPÍRITO EMPREENDEDOR NAS ORGANIZAÇÕES

O mundo tem passado por diversas transformações em curtos períodos de tempo, e nesses momentos muitas inovações transformaram a vida das pessoas de um modo geral. Por traz dessas novidades existem pessoas e equipes com características diferentes, esses indivíduos são aqueles que se interessam pelo que há de novo, que buscam algo diferente para sua carreira, não sendo apenas mais um em meio a um mercado bastante competitivo. É nesse momento onde se destaca o empreendedor, aquele que busca um diferencial para se tornar referência naquilo que faz.

Para Maximiano (2006, p. 2), “Quanto mais riqueza as empresas criam, mais aumentam o padrão e a qualidade de vida. Não surpreende que as sociedades com padrão e qualidade de vida mais altos do mundo sejam aquelas em que o empreendedorismo é mais ativo”.

É de suma importância o papel do empreendedor na sociedade, graças ao avanço tecnológico essa importância tem sido reconhecida frente à sociedade, o avanço da economia, também, contribuiu bastante para tal. A competição na economia obriga os empresários a buscar um diferencial, o que os torna empreendedores.

O momento atual está favorecendo aquele que deseja abrir seu próprio negócio, pois os novos empreendedores já começam cientes do mercado competitivo que vão enfrentar, estes criam novas relações de trabalho onde todos os envolvidos podem dar sua contribuição, o que acaba gerando riqueza á sociedade. As ideias inovadoras é o que vai diferenciar um individuo do outro, portanto, não basta apenas abrir um negócio, como também estar interessado nele, interessado no sentido de levar valor agregado (ao produto/serviço) ao cliente.

Muitos países vêm dando prioridade ao assunto, tentando capacitar seus candidatos a empreendedor com o que há de melhor em conhecimento, inclusive o Brasil, onde suas escolas e universidades tem buscado cada vez mais habilitar seus aspirantes, deixando-os prontos para enfrentar não só o país, mas também o mundo.

É possível encontrar em diversas áreas, o ramo mais promissor, aquele que melhor se encaixa ao desejo do aspirante a empreendedor, existe a necessidade de gente especializada



para atuar nas mais diversas áreas existentes no mercado. É preciso saber aproveitar as oportunidades, saber identificar onde cabe algo inovador, um negócio promissor.

Os empreendedores de sucesso são aqueles que certamente ajudam a economia de uma nação crescer. Eles geram empregos, inovam o mercado com produtos e serviços diferenciados, conseguem oferecer atendimento personalizado aos clientes, são fieis aos seus fornecedores e criam as verdadeiras mudanças de comportamento através de diferentes transformações, sempre gerando crescimento para todos (GONÇALVES, 2006, p. 16).

Conhecimento, experiência e especialização, devem ser as características principais de um empreendedor, a partir dessas características nasce a possibilidade de se ter sucesso e de ser competitivo, visto que o conhecimento e a capacidade geram novas e grandes ideias, o foco deve ser direcionado às pessoas, já que através delas as metas podem ser alcançadas, sabendo harmonizar esforços individuais, bem como os coletivos, o que pode gerar algo novo.

Um empreendedor de destaque é aquele que consegue ter uma capacidade de organização e direção tendo firmeza na hora da tomada de decisão, sempre com respeito a diferentes opiniões, a criatividade vem através do foco em um determinado alvo a ser alcançado.

O sucesso de um empreendimento depende da disposição do empresário de correr riscos, já que nem todos os candidatos a abrir um novo negócio têm essa coragem, para se ter sucesso é necessário sobreviver á esses obstáculos que a caminhada impõe. Os riscos são etapas de qualquer tipo de atividade, fica impossível dar início a um empreendimento e não está disposto a passar por estes. Segundo Mariano e Mayer (2011), a capacidade de realização do empreendedor aliada á percepção de oportunidades relacionadas á inovação resulta no desenvolvimento de novos produtos e serviços que passam a ser oferecidos á sociedade.

Atualmente é possível encontrar muitos jovens já começando sua carreira, criando um negócio próprio, mesmo sabendo que ainda existe a possibilidade de conseguir um emprego numa multinacional, por exemplo, muitos deles ainda preferem iniciar algo só seu, algum tempo antes as universidades ainda formavam seus alunos para gerenciarem grandes empresas, porém, esse cenário mudou e deu lugar para aqueles que tem um desejo maior, uma vontade de ir mais além. Á princípio, sabe-se que foi difícil mudar a visão de todos os envolvidos na educação desses novos estudantes, foi preciso mudar a visão, o foco, revisado os conceitos antes usados.

Aqueles que dão início a um novo negócio precisam planejar minuciosamente aquele empreendimento, visto que abrir um negócio requer bastante estudo sobre o mercado que vai

se adentrar como um todo, muitos microempresários têm visto seus esforços não adiantarem, e acabam decretando falência, isso ocorre pela falta de estrutura e falta de investimento. Outros empresários buscam pelo lucro já no início do empreendimento, onde o capital gerado deve ser usado para quitar as despesas iniciais do negócio e também deve se tornar investimento.

Somos empreendedores por natureza, mas temos pouca consciência das nossas possibilidades. Em geral, as pessoas despertam o espírito empreendedor depois de uma experiência negativa de trabalho, depois de receber uma herança ou mediante um estímulo positivo. Contudo, adquirir colocar em prática características singulares que diferenciam os legítimos empreendedores das demais pessoas no mundo dos negócios é o grande desafio (MENDES, 2009, p. 5).

Muitas pessoas só descobrem seu talento para empreendedor quando iniciam um negócio, só nesse período passam a despertar para novas possibilidades, às vezes a experiência é positiva, mas muitas vezes também pode ser negativa, já que colocar o conhecimento antes adquirido em prática é difícil, é preciso saber o momento certo para arriscar.

É preciso reunir características elementares para se tornar um empreendedor de sucesso, é necessário ter garra e habilidade para dar início a algo inédito e inovador, que faça diferença no mercado como um todo, é preciso escolher quem se deve atingir, que tipo de cliente pretende-se alcançar, as antigas ideias precisam ser sempre resgatadas e transformadas, para se obter um ganho maior é preciso tornar o ambiente de trabalho o mais agradável possível, primando também pela busca por métodos mais econômicos de trabalho.

O empreendedor vê a riqueza como consequência e não como meio. Sua importância está no uso de habilidades, da inteligência, na vontade de contribuir, na esperança de ser reconhecido como alguém que ultrapassou barreiras anteriormente rotuladas como intransponíveis (MENDES, 2009, p. 7).

Muitos empresários enxergam que o primordial é a geração de lucros, mas no caso do empreendedor, este vê o lucro como efeito do investimento feito, para o empreendedor o mais importante é o destaque frente à sociedade, este prima sempre pela inovação.

## 1.2 EMPREENDEDORISMO: DEFINIÇÕES

De acordo com Mendes (2009) na Idade Média, chamava-se “empresário” uma pessoa que simplesmente assumia uma tarefa, algum tempo depois esta seria uma pessoa de coragem,

desonesta e que aceitava assumir riscos, nessa época o termo não era usado para um vendedor ou um negociante, denominava o ato de firmar um compromisso com uma pessoa bem-sucedida. A partir do século XVIII, o sentido da palavra muda e passa a denominar aquele que consegue fazer diversas coisas ao mesmo tempo.

O empreendedorismo é um comportamento e não um traço de personalidade e suas bases são o conceito e a teoria, e não a intuição, o que se induz as pessoas a se doutrinarem, por vontade própria ou por necessidade, a agir como empreendedores, utilizando-se de ferramentas disponíveis para a mudança de comportamento, aproveitamento e exploração das oportunidades de negócios por meio da inovação (DRUCKER apud MENDES, 2009, p. 21).

Ainda segundo o autor, naquela época a inovação era algo inédito, pois satisfazia as exigências da classe mais alta da sociedade, quando chegou a Revolução Industrial o empresário passou a ser aquele que coordena e supervisiona os trabalhos, pois este estava comprometido em realizar o que antes teria sido acordado em um contrato. Naquela época até mesmo um participante de um grande projeto poderia ser chamado de empreendedor, nessa época o participante era isento de correr riscos, tinha uma espécie de limite só trabalhava com os recursos já oferecidos.

Schumpeter (1949, apud DORNELAS, 2008, p. 22), “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Os conceitos até então mencionados foram se lapidando, sabendo-se hoje que ser realmente um empreendedor é ser ousado, estando sujeito a erros e acertos, aprendendo com as tristezas, observando as críticas e elogios como algo construtor. Para o sucesso é preciso ser dinâmico e otimista, mesmo nas fases mais difíceis.

O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados (DORNELAS, 2008).

Empreender é também transferir recursos de áreas com baixa produtividade e rendimento para áreas de rendimentos mais elevados, os retornos podem ser suficientes para compensar os possíveis riscos de alguma coisa não dar certo. Muitas vezes os riscos incluem-se numa porcentagem tão baixa, que os acertos são muito mais considerados do que a possibilidade de algo não sair como o planejado.

Falta metodologia a alguns candidatos a empreendedores, muitos entram no mercado conhecendo pouco da concorrência, dos clientes, isso faz com que se torne uma “aventura

arriscada”, os empreendimentos baseados em tecnologias precisam ainda mais de planejamento, por isso precisa ser administrado por quem realmente entende do assunto.

O poder aquisitivo também contribui bastante para que um empreendedor tenha sucesso, para investir é preciso ter capital, não deixando de salientar as inúmeras formas de pagamento existentes no mercado atual, a inovação depende, também, desse recurso.

A ideia de um espírito empreendedor está de fato associada a pessoas realizadoras que mobilizam recursos e correm riscos para iniciar organizações de negócios. Embora existam empreendedores e todas as áreas da atividade humana, em seu sentido restrito a palavra designa a pessoas que cria uma empresa- uma organização de negócios [...] (MAXIMIANO, 2006, p. 1).

Para ser um empreendedor de sucesso é preciso ter paixão pelo que faz, os recursos devem ser usados de forma criativa, transformando o ambiente onde se vive, deve-se saber da possibilidade de fracassar. A criação de um empreendimento deve ter valor agregado, este requer também comprometimento para fazer a empresa crescer. Criar novos mercados não é algo fácil, mas é indispensável ser revolucionário, os tipos de negócios já existentes no mercado também podem dar certo, mas essa é uma possibilidade mais sujeita ao insucesso.

Fazer as coisas acontecerem é um comportamento comum de um empreendedor, antecipando-se aos fatos, tendo uma visão futura dentro da organização, o empreendedor é capaz de maximizar as oportunidades, transformando obstáculos em oportunidades de negócios, introduzindo novos produtos ou serviços, explorando novas formas de organização, com novos recursos e materiais.

O empreendedor assimila conceitos intuitivamente mesmo sem ter tomado conhecimento deles. O conceito está no sangue, na essência, no seu modo de ver as coisas e na sua incrível capacidade de transformar obstáculos em grandes oportunidades de negócio. O combustível empreendedor vai além da sobrevivência, da necessidade de ganhar dinheiro, do enriquecimento ou de perseguição do lucro a qualquer custo (MENDES, 2009, p. 7).

Para muitos autores o empreendedor já nasce com características que o fazem se tornar alguém de sucesso, é uma espécie de dom, presente na essência de cada um. Muitos outros autores defendem a possibilidade de que pode se aprender a ser um empreendedor, para Dornelas (2008), os empreendedores inatos continuam existindo, e continuam sendo referências de sucesso, mas muitos outros podem ser capacitados para a criação de empresas inovadoras.

Empreendedores do futuro serão abortados pelo sentido de concretização, seu combustível será o reconhecimento, por que não dizer, da nação, estará sempre em busca de desafios, não estando necessariamente em busca de lucros, mas também de realização pessoal, sua maior ferramenta é a criatividade. O que leva muitos o desejo de abrir um novo negócio é o resultado de muitos empreendimentos de sucesso pelo mundo a fora, a busca pela felicidade também é um dos argumentos usados por muitos, por não estarem felizes com um estilo de vida monótono.

Todavia, os empreendedores estão em busca de mais, não estão satisfeitos em aperfeiçoar o que já existe, procuram agregar mais valor, novos e diferentes, combinando recursos existentes em uma nova e mais proveitosa produção.

### 1.3 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Um legítimo empreendedor é aquele que consegue, muitas vezes com poucos recursos, girar a economia, não medindo esforços para alcançar seus objetivos, sendo indiferente aos resultados, apenas buscam realizar grandes feitos. Deseja compartilhar suas ideias sendo sempre bom naquilo que faz.

Existem cinco aspectos fundamentais para o perfil empreendedor ser desenvolvido, de acordo com Brito e Wever (2003) são:

- **Criatividade e Inovação:** empreendedores conseguem identificar oportunidades, grandes ou pequenas onde ninguém mais consegue notar;
- **Habilidade ao aplicar esta criatividade:** eles conseguem direcionar esforços num único objetivo;
- **Força de vontade e fé:** eles acreditam fervorosamente em sua habilidade de mudar o modo como as coisas são feitas e têm força de vontade e paixão para alcançar o sucesso;
- **Foco na geração de valor:** eles desejam fazer coisas da melhor maneira possível, do modo mais rápido e barato;
- **Correr riscos:** quebrando regras, encurtando distancias e indo contra o *status quo*.

Os negócios têm evoluído continuamente graças aos esforços desses profissionais, que trabalham na convicção de alcançar seus resultados, tendo como única opção vencer.

Mendes (2009, p. 18-19) afirma que o potencial empreendedor é formado a partir desse conjunto de características e varia de empreendedor para empreendedor:

- São mestres em iniciativa, criatividade, autonomia, autoconfiança e otimismo.
- São responsáveis e aceitam assumir os riscos e as possibilidades de fracassar.
- São comprometidos e acreditam no que fazem.
- São visionários, conseguem visualizar o futuro na mente.
- São especialistas em tomar decisões.
- São orientados para resultados, para o futuro e para o longo prazo.
- São dotados de uma forte intuição.
- São indivíduos que fazem a diferença.
- São farejadores exploradores de oportunidades.
- São determinados e dinâmicos.
- São dedicados, organizados e atualizados sobre o negocio em que atuam.
- São otimistas e apaixonados pelo que fazem.
- São líderes, formadores de equipes e formadores de opinião.
- São independentes e constroem o próprio destino.
- São inovadores, criadores de métodos próprios e dotados de um forte sentido de realização.

Muitos defendem a existência do conhecido “empreendedor por necessidade”, que ainda segundo Mendes (2009), oscilam entre a vontade de vencer e a vontade de voltar ao mercado de trabalho formal.

A procura por mudanças é algo marcante na jornada de um empreendedor, esse profissional não deixa passar nada que venha a ser inesperado, apenas porque não estava em seu planejamento, acreditam vem daí a melhor fonte de inovação, os riscos aparecem na hora de transformar uma pequena ideia em uma grande novidade, um empreendedor nato tem a inovação como um instrumento especial. Detectar os indícios de uma boa oportunidade é parte importante nesse processo de construir inovações bem-sucedidas, esse tipo de inovação geralmente é aquela baseada em conhecimento.

Os empreendedores modificam, criam e visam as inovações buscando um destaque maior e uma diferença maior frente à concorrência, desenvolvendo um papel otimista dentro da organização, possui, também, um perfil de liderança buscando o êxito em suas atividades.

A originalidade é um grande requisito na hora de empreender, o que traz facilidade nas negociações, prudência, diligência e comprometimento são grandes qualidades de um

profissional do ramo. A mudança é um grande desafio dentro de uma empresa, visto que se algo vem dando errado é preciso que aconteçam modificações, é difícil por ser algo que pode ou não dar certo. No final, essas mudanças transformam-se em experiências, os empreendedores não primam pela regularidade, preferem o que é novidade.

Segundo Dolabella (1999, p. 12), para se aprender a empreender, faz-se necessário um comportamento pró-ativo do indivíduo, o qual deve desejar “aprender a pensar e agir por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção”.

Uma grande característica dos empreendedores é gostar do ‘não’ como resposta, no sentido que isso torna as coisas mais difíceis, mais interessantes, o que os faz correr atrás de uma resposta positiva, ou de uma solução original.

Situações familiares e outros tipos de vivências profissionais são situações que podem montar o perfil de um empreendedor, trazendo a este uma maior capacidade de persuasão, e uma maior auto-confiança. Alguns profissionais abrem um negócio apenas para aproveitar sua experiência profissional, esquecendo da técnica necessária para que aquele empreendimento alcance o sucesso.

Existe também outro tipo de empreendedor que possui apenas educação técnica em determinadas áreas, este consegue planejar e organizar o crescimento do empreendimento, usando suas habilidades como oportunidades no mercado.

Conta-se com quantidade enorme de informação pelo mundo, o empreendedor deve estar sempre em busca de aprender mais, as idéias precisam ser expressas de forma clara e objetiva, é necessário ter muito esforço, muito comprometimento com trabalho em si, é preciso ser eficiente na hora de encontrar soluções para os problemas para que estes não persistam.

A qualidade de um profissional deixou de ser um diferencial competitivo e tornou-se um pré-requisito, por esse motivo a busca por conhecimento deve ser incessante.

#### 1.4 ENSINANDO EMPREENDEDORISMO

É indiscutível o fato de algumas pessoas já nascerem com algumas características que se sobressaem as demais pessoas, sobressaindo-se por ver o mundo, ou até mesmo uma oportunidade de forma diferente, tais características podem ser difundidas o que poderá transformar uma pessoa em um empreendedor de sucesso, seus negócios não representam só uma boa ideia, mas também algo de sucesso.

Para Dornelas (2008) é possível, sim, ensinar empreendedorismo, pode-se ensinar alguém a ter iniciativa, a ser persistente, a ousar, a ser autoconfiante, pensar grande, planejar e executar, trata-se de algo urgente a necessidade de desenvolver nas pessoas, de um modo geral essas características, para que estes se tornem mais ativos, bem como atuantes no mercado de trabalho, sabendo que o empreendedorismo estimula o crescimento do país.

As pessoas precisam ser esclarecidas sobre o que significa empreender, sabendo a importância de um plano de negócio, se existe a necessidade de se ter um sócio, pois este é um público que precisa de informação para progredir. Ainda de acordo com Dornelas (2008, p. 24).

[...] Qualquer curso de empreendedorismo deveria focar: na identificação e no entendimento das habilidades do empreendedor; na identificação e na análise de oportunidades; em como ocorre a inovação e o processo empreendedor; na importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico; em como preparar e utilizar um plano de negócios; em como identificar fontes e obter financiamento para o novo negócio; e em como gerenciar e fazer a empresa crescer.

Para ser um bom empreendedor é preciso ter habilidades técnicas, gerenciais e possuir características pessoais, ou seja, é preciso saber escrever, ouvir as pessoas, buscar informações, trabalhar bem em equipe, saber lidar com marketing, finanças, produção e controlar as ações da empresa.

Entende-se então que as instituições de ensino tem papel fundamental para formação de novos empreendedores, sabendo que a educação básica também pode contribuir para tal, bem as entidades de ensino superior. Aquele que ensina a empreender deve ser um facilitador, devendo ajudar seus alunos a desenvolverem seu aprendizado na prática.

### 1.5 INTRAPRENEUR/ENTRAPRENEUR

Existe uma grande diferença entre empresário e empreendedor, visto que existem empresários que não possuem um perfil empreendedor, como também empreendedores que apenas trabalham para uma determinada empresa não sendo obrigatoriamente proprietário da mesma.

O termo *Intrapreneur* foi utilizado pela primeira vez em 1985 Gifford Pinchot III, para designar aqueles que desenvolvem suas habilidades empreendedoras dentro da organização em que trabalham.



### 1.5.1 *Intrapreneurs*

Os Intra-empresendedores são aqueles profissionais que contam com uma capacidade diferenciada de analisar cenários, criando ideias e trazendo novas oportunidades para as empresas nas quais trabalham, ajudando a movimentar a criação de ideias dentro das organizações. Este se trata de um tipo de colaborador cada vez mais disputados pelas empresas já que agregam valor ao trabalho realizado, as empresas de recrutamento conseguem identificar esse tipo de profissional e direcioná-los para a melhor oportunidade. De acordo com Bom Angelo (2003), o termo *intrapreneur*, é designativo da pessoa que, dentro de uma grande corporação, assume a responsabilidade direta de transformar uma ideia ou projeto em produto lucrativo. Para isso, esse indivíduo introduzirá inovações e assumirá riscos.

Trata-se de um tipo de profissional focado na melhoria contínua de seu setor, tentando descobrir oportunidades ainda desconhecidas, busca sempre uma capacitação maior para superar os desafios que encontra pelo caminho.

O maior desafio da empresa é da oportunidade a seus colaboradores de concretizar suas ideias dentro da mesma, já que esse é um profissional que possui inúmeras características positivas, tais como: tem paixão pelo que faz, é persistente e dedicado, como também é proativo e inovador.

*O intra-empresendedorismo* (empresendedorismo dentro de uma estrutura empresarial existente) também pode fazer ligação entre ciência e mercado. As empresas têm os recursos financeiros, as habilidades gerenciais e, muitas vezes, os sistemas de marketing e de distribuição para comercializar inovações com êxito. Mas também, com frequência, a estrutura burocrática, a ênfase nos lucros a curto prazo e uma estrutura altamente organizada inibem a criatividade e impedem que se desenvolvam novos produtos e negócios [...] (HISRIC, 2009, p. 38).

Muitas vezes as organizações não fornecem o aporte necessário a seus colaboradores, o que não vai incentivar o empresário colaborador a crescer junto com a empresa.

Segundo Hashimoto (2006) o intra-empresendedor existe e sempre existirá em qualquer organização, independentemente da cultura organizacional favorecer ou não ao surgimento deles.

O intra-empresendedor, quando inicia um projeto, gerencia-o como se fosse seu próprio negócio, fazendo isso com o mínimo de interferência de seus superiores. Ele usa toda sua criatividade, poder de realização, rede de relacionamentos e liderança para transformar projetos internos em empreendimentos de sucesso (HASHIMOTO, 2006, p. 22).

Para este tipo de colaborador sua função na empresa é dar o melhor de si para o crescimento da mesma, usando todas suas características positivas e empreendedoras para o crescimento dos que estão a sua volta. Para Bom Angelo (2003, p. 26), os empreendedores internos são caracterizados da seguinte forma:

- Jamais se contentam apenas em executar projetos propostos ou definidos por seus superiores ou hierárquicos;
- Oferecem sugestões sobre oportunidades que jamais foram consideradas por seus colegas e chefes;
- Normalmente inteligentes e racionais, parecem não temer riscos e adoram desafios;
- São criativos e comprometidos com a inovação;
- Trazem em suas biografias indícios dessa tendência empreendedora. . [...] (idem, p. 26).

O empreendedor interno tem uma visão diferenciada, apresentam suas idéias aos superiores da organização em que trabalham, chegando a um patamar elevado dentro da empresa.

### **1.5.2 *Entrepreneurs***

No caso dos *Entrepreneurs*, estes, por sua vez, exercem um papel diferente frente a sociedade, primam pela independência, querem empregar ao invés de ser empregado, possuem uma visão mais ampla quanto ao mercado de trabalho, cobiçam algo que vá além de seus limites, não se abatem frente as dificuldades.

De acordo com Oliveira (*apud* PASTRO, 2001, p. 5), as características que definem um *entrepreneur* são as seguintes:

- É motivado pelo desejo de realização;
- Corre risco viável e possível;
- Possui capacidade de análise;
- É igual às outras pessoas quanto à moralidade - que é questão de caráter;
- Precisa de liberdade para agir e para definir suas metas e os caminhos para atingi-las;
- Sabe onde quer chegar;
- Confia em si mesmo e é capaz de delegar;
- Não depende dos outros para agir, sabe, porém, atuar conjuntamente;
- É tenaz, firme e resistente ao enfrentar dificuldades;

- É otimista, sem perder o contato com a realidade;
- É flexível sempre que preciso;
- Administra suas necessidades e frustrações, sem, por elas, se deixar dominar;
- É corajoso, audacioso, porém, não é imprudente;
- Sabe postergar, deixando para depois a satisfação de suas necessidades;
- Mantém a auto-motivação, mesmo em situações difíceis;
- Aceita e aprende com seus erros e com os erros dos outros;
- É capaz de começar de novo, se necessário;
- Mantém a auto-estima, mesmo em situações de fracasso;
- Tem facilidade e habilidade para as relações interpessoais;
- É capaz de exercer liderança, de motivar e de orientar outras pessoas com relação ao trabalho;
- É criativo na solução de problemas;
- É capaz de desenvolver os recursos de que necessita e de conseguir as informações que precisa;
- É capaz de dirigir sua agressividade para a conquista de metas, solução de problemas e enfrentamento de dificuldades;
- Usa a própria intuição e a de outras pessoas para escolher os melhores caminhos, corrigir a atuação, descobrir lacunas a serem preenchidas no mercado, avaliar a tendência e a variação dos negócios;
- Procura, sempre, a qualidade;
- Acredita no trabalho como participação e contribuição social;
- Tem prazer em realizar o trabalho e em observar seu próprio crescimento empresarial;
- É capaz de administrar bem o tempo;
- Não busca, exclusivamente, posição ou reconhecimento social, no entanto, tem desejo de poder, consciente ou inconscientemente;
- É independente, seguro e confiante na execução de suas atividades profissionais

Com base nessas características é possível perceber as diferenças entre *intrapreneur* e *entrepreneur*, sabendo que a maior diferença é o ambiente onde estes trabalham, o intrapreneur dentro de uma organização já existente, enquanto o *entrepreneur* busca atuar no seu próprio empreendimento.

## 1.6 TIPOS DE EMPREENDEDORES

Sabendo que o empreendedorismo é algo comportamental não existe um verdadeiro perfil empresarial para defini-lo, alguns empreendedores provém de experiências profissionais ou outros tipos de situações, como já foi dito antes, esse profissionais podem estar inseridos

em uma organização já existente ou ter o desejo de se tornar proprietário de uma empresa, não esquecendo que estes são profissionais que necessitam de reconhecimento para se sentirem realizados profissionalmente.

Observando as características mais recorrentes nesses profissionais é possível definir dois tipos de empreendedores, um deles é o **artesão** que possui o conhecimento técnico e básico tanto do trabalho como da gestão de negócios, muitas vezes tendo experiência técnica, porém não tem capacidade de se comunicar bem, avaliar bem o mercado e administrar os negócios, não observando riscos ou oportunidades futuras.

A abordagem quanto ao processo decisório é caracterizada por: orientação de tempo de curto prazo, com pouco planejamento para o futuro crescimento ou mudança; ser paternalista (conduzir o negócios de forma como conduziria a própria família); centralizador, não delegando autoridade; utilizar uma ou mais fontes de capital para abrir a empresa; definir a estratégia de marketing, finanças em termo do preço tracional, da qualidade e da reputação da empresa; esforçar-se nas vendas por motivos exclusivamente pessoais (WIKIPÉDIA, 2012).

Em geral, o **empreendedor artesão** é aquele que dá início a negócio independente, usando-o para aproveitar sua experiência, se este não puder iniciar seu próprio negócio se tornará um “refém” do mercado de trabalho já existente.

Em outro extremo podemos distinguir o **empresário oportunista**, este possui uma educação técnica focada no estudo de assuntos mais amplos aplicados a administração e economia sempre atualizados, consegue impor autoridade, se esforça nas vendas, consegue planejar e organizar de forma adequada o empreendimento, utilizam dos mais varados lançamentos tecnológicos para controlar e gerenciar a parte operacional da empresa.

De acordo com Chiavenato (2007), o empreendedor oportunista é aquele que tem educação técnica suplementada por estudo de assuntos mais amplos como asministração, economia, legislação e línguas, procura sempre estudar e aprender.

Trata-se de um tipo de empreendedor que tem uma maior afinidade com área científica, o que acaba lhe proporcionando uma maior habilidade com parte gerencial da empresa, conseguindo ter uma visão maior quanto aos colaboradores que merecem ter o poder de decisão.

## 1.7 EMPREENDEDOR X ADMINISTRADOR

Comparando o papel do administrador e a ação do empreendedor é possível perceber algumas diferenças, porém muito não deixa de ser algo bem semelhante, é possível acreditar

que um empreendedor age no modo de gerir uma empresa já existente, diferentemente da forma tradicional como estas são administradas.

[...] O empreendedorismo um modo de gerenciar uma empresa já existente, diferentemente daquele através do qual elas são tradicionalmente administradas. A administração empreendedora difere da tradicional em oito dimensões: (1) orientação estratégica, (2) comprometimento com a oportunidade, (3) comprometimento de recursos, (4) controle de recursos (5) estrutura administrativa, (6) filosofia de recompensas, (7) orientação para o crescimento e (8) cultura empreendedora [...] (STEVENSON apud HIRISHI, 2009, p. 63).

É fácil perceber que os empreendedores são mais visionários do que os tipos de gerentes mais comuns, o empreendedor tem como ferramenta principal o uso da criatividade, enquanto o administrador está mais atento as regras, não consegue ousar, faz apenas o trabalho a ele designado, não busca pela melhora contínua.

De acordo com Dornelas (2008), o empreendedor é um administrador, mas com diferenças consideráveis em relação aos gerentes ou executivos de organizações tradicionais, pois os empreendedores são mais visionários que os gerentes.

Numa visão mais ampla as qualidades do empreendedor vão além, já que eles observam o mundo a sua volta acreditando que assim terão uma visão mais real do futuro, conseguem transformar um plano em realidade, tomam decisões na devida hora, implementando rapidamente suas ações, convertem ideias em realidade, atuam dentro da organização de forma dinâmica, comprometem-se totalmente com o trabalho, estimulam seus colaboradores, estão sempre em busca de conhecimento técnico, já os administradores, por sua vez, constituem um perfil mais cuidadoso, não arriscam quase nunca, não possuem autonomia para liderar uma equipe, alcançam o sucesso com menos facilidade, entretanto, ainda assim não possível eleger o melhor profissional, já que cada organização possui características diferentes, bem como cada equipe atua de forma desigual nas organizações, muitas vezes isso depende do ambiente de trabalho no qual estão inseridos.

Para Dornelas (2008), o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa.

Profissionais que possuem essas características extras alcançam o sucesso com maior desenvoltura em virtude dessa facilidade de lidar o meio em que está inserido.

Portanto, percebe-se que é possível ser administrador e empreendedor ao mesmo tempo, não é fácil encontrar alguém que reúna todas essas características, porém, muitos empreendedores de sucesso conseguem ser também administradores de sucesso.

## 1.8 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Segundo Dornelas (2008), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (Softex) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas.

O ambiente econômico no qual o país estava inserido não contribuíam para o “surgimento” do empreendedorismo, as informações existentes na época não eram suficientes para esclarecer as dúvidas dos candidatos a empreendedores.

É preciso salientar que mesmo nessa época já existiam empreendedores, aqueles que mesmo desconhecendo técnicas de trabalho, desenvolveram seus negócios numa época de grandes dificuldades, pode-se dizer que se tratam de profissionais visionários, aqueles que enxergam a oportunidade com mais facilidade.

O Sebrae é uma grande ferramenta que oferece ajuda aos futuros empreendedores, ou até mesmo a empreendedores já estabelecidos, no caso do Softex, este foi criado com a finalidade de levar empresas nacionais de *software* ao mercado externo.

No Brasil, frequentemente são criadas empresas sem nenhum tipo de planejamento, de maneira totalmente informal, o que não gera nenhum desenvolvimento econômico, crescem a taxa de mortalidade entre elas, tais empreendimentos são comuns em países que estão em desenvolvimento. O país está carente de políticas públicas que foquem no desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil, o que pode ajudar a diminuir a taxa de desemprego.

[...] Não dá para pensar em empreendedorismo sem associá-lo ao desenvolvimento local. Independentemente das ambições humanas em particular, há um desejo coletivo quanto à melhoria da qualidade de vida, do crescimento pessoal e profissional, da organização consciente dos sistemas de produção, da conjunção entre o pensamento político e econômico, da irmandade entre os povos (MENDES, 2009, p. 27).

Dentre esse desenvolvimento muitas conquistas já foram alcançadas, muitos paradigmas já foram quebrados, tais como a inserção da mulher no empreendedorismo, como também, dos homens, que muitas vezes não tem o seu trabalho reconhecido, ou até mesmo admirado.

Para Mariano e Mayer (2011), no Brasil, assim como na maior parte dos países, o pequeno negócio desempenha um papel relevante na economia. Vários estudos mostram que é

neste segmento empresarial que há maior geração de emprego, além de ser o mais representativo em termos do número de empreendimentos abertos.

O pequeno negócio representa um papel importante na economia brasileira, o número de empresas de pequeno porte é bem maior em relação ao número das médias e grandes empresas, ainda de acordo com Mariano e Mayer (2011), em 2004, havia, no Brasil, aproximadamente 5,1 milhões de estabelecimentos privados. Destes, 98% eram micro ou pequenas empresas, enquanto os outros 2% eram estabelecimentos de médio e grande portes.

No Brasil, no entanto, a probabilidade de manter um novo negócio por mais de três anos é relativamente baixa. Uma das principais razões é a falta de políticas públicas que viabilizem a consolidação de novos empreendimentos. O país não apresenta um cenário muito aolhedor ao pequeno empresário. Há poucas linhas de crédito – e a falta de financiamento, em muitos casos impede a realização do negócio –, os juros são altos e, além disso, os tributos e as obrigações trabalhistas constituem uma pesada carga para o empreendedor (MAXIMIANO, 2006, p. 6).

Deste modo, deve-se considerar a grande necessidade do governo de oferecer subsídios aos futuros e já existentes empreendedores, sabendo que estes contribuem para a criação do país de uma maneira geral.

## 1.8 MITOS DO EMPREENDEDOR

Entre tantos questionamentos e afirmações á respeito das habilidades ou qualidades do empreendedor, é interessante destacar alguns, entre os mais interessantes mitos em relação ao empreendedor, Degen (2009, p. 284), destaca os seguintes:

- *É preciso dinheiro para fazer dinheiro*: é a mais popular desculpa usada por eles para explicar por que não iniciaram um negócio. Se o candidato a empreendedor desenvolveu uma boa oportunidade de negócio com grande potencial de lucro e crescimento, vai facilmente conseguir dinheiro para fazer dinheiro.
- *É “feio” ter dívidas*: o mito de que ter dívidas é “feio” foi induzido pelas religiões para coibir excessos e abusos. Ter dívidas não é “feio”, faz parte de qualquer negócio e é algo que deve ser corretamente administrado. Ter dívida aumenta o retorno sobre o investimento do candidato a empreendedor se o negócio tiver boa rentabilidade.
- *Uma boa capitalização faz um bom negócio*: o que faz um negócio é o seu potencial de lucro e crescimento. O sucesso independe da capitalização, que só é importante se o negócio não for bem e o capital próprio do candidato a empreendedor precisar ser usado numa liquidação para absorver o prejuízo e sobrar dinheiro para pagar credores.
- *Começar sem dinheiro é começar pequeno*: nem sempre o candidato a empreendedor precisa começar pequeno. Cada tipo de negócio impõe um mínimo de investimento para ter sucesso. O importante é não iniciar nada se não

tiver os recursos financeiros necessários para ter êxito. Caso o candidato a empreendedor não consiga os recursos financeiros necessários, a melhor solução é procurar sócios que possam completá-los. É preferível ser sócio, mesmo minoritário, em um negócio bem capitalizado do que correr riscos do provável insucesso por iniciar sem recursos financeiros suficientes, ou mesmo não realizar o negócio.

- *Meu negócio não pode começar sem dinheiro*: claro que pode! É só questão de identificar uma boa oportunidade e desenvolver um plano para conseguir o dinheiro necessário. Não há nenhuma razão válida para que um candidato a empreendedor, que desenvolveu uma oportunidade de negócio seguindo a orientação desse livro, não possa realizá-la com um bom plano, mesmo não dispondo de dinheiro necessário.
- *Somente aventureiros conseguem iniciar sem dinheiro*: outra bobagem. Todo dia, candidatos a empreendedor sérios e honestos começam novos negócios com sucesso. É justamente por serem sérios e honestos que conseguem convencer outros a disponibilizar os recursos financeiros de que necessitam para iniciar seu negócio.

A partir daí, percebe-se a necessidade de analisar minuciosamente, se essas afirmações partem de um princípio concreto, ou provém de fatos isolados, a carreira de empreendedor requer muito estudo, dedicação, boas ideias, criatividade, são esses alguns dos fatores que podem levar um profissional a alcançar o sucesso. Alguns desses mitos podem levar o empreendedor ao lugar errado, estas podem ser definidas como crenças errôneas, havendo a possibilidade de levar o empreendedor a tomar decisões que o tornem parte das estatísticas de empresas como mortes prematuras.

## 1.9 MORTALIDADE DAS EMPRESAS

O número de empresas que decretam falência não para de crescer, muitas ainda no início de suas atividades. Condições econômicas, bem como condições socioculturais, fatores legais e políticos, desenvolvimento e habilidades tecnológicas e o respeito à natureza são fatores que podem definir o desempenho da empresa.

Segundo o IBGE (2005), para estabelecimentos com até dois anos de existência, a taxa de mortalidade empresarial foi de 49,4%, já os que possuem até três anos de constituição a taxa de fechamento foi de 56,4% das empresas registradas, empreendimentos com até quatro anos de existência, a taxa de falência foi de 59,9%.

São muitas as causas desse problema, entre essas causas está o desconhecimento do mercado, para uma empresa adentrar no comércio é preciso estudar detalhadamente, o local, os consumidores, concorrentes, enfim, tem-se a necessidade de realizar um plano com todos os detalhes do mercado.



Segundo Mariano e Mayer (2011), o conhecimento aprofundado das condições do ambiente é fundamental para a elaboração de um plano de negócio que espelhe bem a realidade do mercado em que a empresa irá atuar, aumentando, conseqüentemente, as chances de sucesso do empreendimento.

Outra causa seria a falta de capital para investir no negócio, já que um empreendimento que está dando início a suas atividades requer um bom investimento por parte de seus idealizadores. Um novo empreendimento não pode começar sendo apenas mais um, a concorrência precisa sentir certo impacto.

O conhecimento aprofundado das condições do ambiente é fundamental para a elaboração de um plano de negócio que espelhe bem a realidade do mercado em que a empresa irá atuar, aumentando, conseqüentemente, as chances de sucesso do empreendimento (MARIANO; MAYER, 2011, p. 87).

O conhecimento técnico é um fator indispensável aos candidatos a empreendedor, muitos não buscam uma qualificação adequada ou até mesmo não buscam por informações mais simples, como o procedimento correto para abrir um negócio.

Outros acreditam não haver problemas em retirar dinheiro da empresa nos primeiros anos do empreendimento para gastos pessoais, o que pode levar a uma falência imediata, pois é impossível não contrair grandes dívidas no começo do empreendimento, e os lucros devem ser usados para quitar esses débitos.

É muito importante a contratação de quem realmente entenda de contabilidade e finanças, pois esse é um setor muito delicado dentro da empresa que requer um controle adequado. A contratação de mão de obra qualificada é extremamente necessária para o sucesso da organização.

Muitas vezes o empreendedor não está comprometido com o negócio como devia, é preciso dedicar tempo suficiente para supervisionar a empresa, o empreendimento não deve ser entregue a quem não entende de gestão, não está preparado ou que não possui habilidades para superar os desafios que o novo negócio impõe. O descumprimento de leis ou a realização de ações antiéticas também podem comprometer o futuro da organização.

Para Mariano e Mayer (2011), as organizações, sejam elas grandes ou pequenas, operam dentro de um contexto que influencia fortemente as suas ações. Compreender as características e peculiaridades do ambiente é um fator crítico para o sucesso de quem pretende empreender.

É uma questão de comprometimento e dedicação, trata-se de algo, cujos resultados só aparecem em longa data, um novo empreendimento requer paciência e habilidades frente aos problemas, maturidade em relação a tomada de decisão, trata-se de um misto de “regras” que podem tornar aquele aspirante um empreendedor de sucesso.

## 1.12 EMPREENDEDOR SOCIAL

Nos últimos anos as pessoas vêm adquirindo a consciência que é preciso agir para que tanto o meio ambiente quanto as várias classes sociais não seja prejudicado com o progresso e o avanço da tecnologia o que fez surgir o Empreendedorismo Social.

Um empreendimento social difere de uma empresa com fins lucrativos principalmente nos seus objetivos: em um empreendimento social, os resultados são medidos pelos benefícios que trazem em algum parametro social, enquanto uma empresa tem no lucro um dos seus principais indicadores de resultados (MARIANO; MAYER, 2011, p. 97).

Um conjunto de ações empreendedoras que buscam a melhora da sociedade de uma forma geral, definem um empreendimento social, esses benefícios devem ser direcionados as classes mais necessitadas da sociedade, reduzir a desigualdade social é uma grande meta desse tipo de empreendimento.

De maneira mais ampla, o termo pode se referir a qualquer iniciativa empreendedora feita com o intuito de avançar causas sociais e ambientais. Essa iniciativa pode ser com ou sem fins lucrativos, englobando tanto a criação de um centro de saúde com fins lucrativos em uma aldeia onde não exista nenhuma assistência à saúde, como a distribuição de remédios gratuitos para a população pobre (WIKIPÉDIA, 2012).

O empreendedor Social busca soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais, enxergando o problema mais a fundo, muitas vezes a sociedade passa despercebida frente aquela dificuldade, e a função desse tipo de empreendedor ir mais além, buscando recursos através de uma perspectiva diferenciada, acelerando o processo de mudanças e inspirando outros candidatos á esse papel.

O objetivo final do empreendedorismo social é retirar as pessoas da situação de risco social e, na medida do possível, desenvolver-lhes as capacidades e aptidões naturais, buscando propiciar-lhes plena inclusão social (MELO NETO, 2002, p. 12).

Este é um tipo de empreendedor visionário, busca pela melhora da sociedade, trazendo novas iniciativas para seus empreendimentos, como programas que possibilitem uma interação entre a comunidade beneficiada por um determinado projeto social.

Trata-se de um tema novo, que provém de novas práticas administrativas, segue basicamente a mesma lógica do funcionamento de um empreendimento empresarial, sendo que busca a produção de bens e serviços para a sociedade. O impacto social causado por esse empreendimento é o critério principal para medir seu desempenho, sabendo que seu público-alvo são pessoas em situações de risco e excluídas da sociedade.

Existe a crescente necessidade de inserir uma abordagem empreendedora para a solução de problemas sociais, o empreendedorismo social provém das falhas do governo e da deficiência por parte das organizações sociais na resolução dos problemas sociais.

Os empreendedores sociais são impulsionados a realizar uma ação transformadora, motivados por um ideal. Para empreendedores sociais a capacidade de compartilhar o comando de seus projetos é mais importante do que entre empreendedores empresariais, pois uma empresa privada pode ser vendida, mas uma entidade social não. Para que uma entidade social prossiga, é preciso formar mais gestores e envolvê-los no sonho do empreendedor social (MARIANO; MAYER, 2011, p. 99).

No caso dos empreendedores sociais a riqueza é apenas o caminho para alcançar um determinado fim, no caso dos empreendedores de negócio, conseguir gerar riqueza é uma forma de mostrar a capacidade de seu empreendimento de trazer valor econômico á sociedade. Os empreendedores sociais são agentes da revolução, porém, possuem uma missão social, tentam mudar a forma como as coisas são feitas na sociedade, conseguem ter uma visão arrojada, conseguem reduzir as principais necessidades de uma sociedade, suas ações podem estimular melhorias no mundo inteiro, em diversas áreas, como: educação, saúde, meio ambiente, arte e qualquer outro campo social.

Como detalham, Mariano e Mayer (2011), o processo empreendedor, no âmbito social, é caracterizado por três fases:

- a. Elaboração de uma ideia inovadora;
- b. Materialização e institucionalização dessa ideia;
- c. Multiplicação dessa ideia.

Percebe-se então que são necessárias além de uma boa ideia, é preciso que esta se tope realidade frente a sociedade, tal ideia deve ser difundida e transformada em algo real e que traga benefícios á sociedade.

É preciso muita coragem para se tornar um empreendedor social, sabendo dos percalços existentes no mundo, o que é realmente possível, pois a grande habilidade de um empreendedor desse tipo é fazer as coisas a partir de quase nada.

### 1.13 EMPRESA FAMILIAR

A empresa familiar já existe há muito tempo, porém ainda existem muitas barreiras a ser vencidas, e algumas dificuldades permanecem as mesmas. A maioria das empresas brasileiras são gerenciadas e controladas por familiares. Trata-se de um tipo de empresa que exerce um forte domínio sobre o ambiente econômico em muitos países industrializados.

O fundador cria uma empresa a partir de um sonho pessoal e chega ao fim da sua vida com dificuldade de partilhar os seus valores com a segunda geração. O tecido dos sonhos da segunda geração precisa ser produto de trabalho de todas as pessoas envolvidas. Para isso, é preciso que quem assuma o comando da família encarne os traços e os valores que a segunda geração descobre da primeira (LODI, 1998, p. 7).

Esse tipo de empreendedor começa dividindo as tarefas com seu companheiro, depois é a vez dos filhos ajudarem nas atividades necessárias da organização, muitas vezes essa inserção acontece de forma precoce, o que podem gerar problemas futuros. É um tipo de empresa que se distingue das demais por haver particularidades referentes à atuação da empresa, já que toda a parte de gestão, geralmente, é feita por alguém da família.

Oliveira (1999) caracteriza a empresa familiar como sendo aquela que transfere o poder decisório de maneira hereditária a partir de uma ou mais famílias.

Existem muitas características que diferem esse tipo de empresa das demais, como a existência de dificuldades na hora de separar a intuição da emoção, bem como o lado racional, muitas vezes esse gestor acaba dando preferência a emoção por estar lidando com pessoas da família, esquecendo da neutralidade na hora da tomada de decisão. Acontece, também, uma dedicação maior por parte dos familiares por se tratar de interesse próprio, o que pode priorizar os interesses das empresas, existe um vínculo maior entre os empregados e o proprietário da empresa, o que pode trazer maiores ganhos para a empresa, porém, os laços afetivos não devem influenciar nas decisões da empresa, existe uma expectativa maior referente a fidelidade dos empregados, os empregados, muitas vezes, não exercem nenhuma outra função fora da empresa.

É preciso que haja uma espécie de “código de relacionamento”, dentro de uma empresa desse tipo, o interesse da empresa deve estar a frente de qualquer situação, principalmente na hora dos desentendimentos. Na hora da contratação de algum empregado que seja da família, deve ser sempre observada a real necessidade dessa contratação, já que demitir alguém da família, posteriormente, pode ser mais difícil.

Várias características de empresas familiares são benéficas, pois sustentam o tecido econômico do Brasil, nos quais elas são muito representativas. Estas também têm relevante papel na contribuição social e econômica em outras sociedades. (WIKIPÉDIA, 2012).

Trata-se de um tipo de organização cada vez mais crescente em nosso país, conquistando um lugar cada vez reconhecido frente a sociedade, oferecendo uma maior contribuição econômica.

A cultura da empresa deve estar ligada à cultura da família, visto que os principais cargos pertencem aos membros da família proprietária da organização, a maior parte do capital deve ser propriedade da família que possui o controle administrativo.

Na hora de desenvolver um empreendimento familiar, o principal interesse de um gestor é vencer a insatisfação com um determinado momento profissional, ou até mesmo, por existirem necessidades econômicas e se sentir desafiado para alcançar um determinado objetivo. Existe um outro tipo de desejo por parte desses profissionais, a grande necessidade de conseguir independência pessoal, obtendo um controle maior quanto a própria vida. Uma outra motivação seria encontrar uma boa oportunidade de mercado, inspirando-se em outros fundadores de sucesso.

## CAPÍTULO 2 – CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

### 2.1 NOME EMPRESARIAL

- Ivone Alves de Melo e Melo - ME

### 2.2 NOME DE FANTASIA

- Alana Magazine

### 2.3 LOGOMARCA

**Figura 1** – Logomarca da empresa



**Fonte** – Dados da empresa (2012)

### 2.4 ENDEREÇO

- Av.: Adalberto Pereira de Melo – 70 - Centro  
Juarez Távara – PB  
Fone: (83) 32671005

### 2.5 FORMA JURÍDICA

- Micro Empresa

### 2.6 CADASTRO NACIONAL DE PESSOA JURÍDICA (CNPJ)

- 09.072.483/0001-04

## 2.7 INSCRIÇÃO ESTADUAL

- 161079563

## 2.8 RAMO DE ATIVIDADE

- Comércio Varejista de Artigos de Armarinho

## 2.9 NÚMERO DE COLABORADORES

- 1 (um) colaborador.

## 2.10 ÁREA GEOGRÁFICA DE ATUAÇÃO

- Juarez Távora (com abrangência da Zona Rural)

## 2.11 HISTÓRICO DA EMPRESA

A Microempresa Alana Magazine (Ivone Alves de Melo e Melo – ME), foi fundada em 1995 pelo Senhor Paulo Roberto Freire de Mélo e sua esposa Ivone Alves de Mélo e Mélo, com a intenção de inovar em Juarez Távora, uma pequena cidade que até então não contava com este tipo de comércio, que oferecia uma grande variedade de produtos. Junto com essa vontade de inovar veio a necessidade de uma renda extra para a família. Com o passar dos anos vieram as dificuldades, tais como o aumento da concorrência, que cresceu de forma significativa durante os 16 anos no mercado.

O prédio onde está localizada a empresa já passou por algumas reformas, a última sendo no fim de 2011 para aumento do imóvel. Atualmente a empresa conta com uma variedade ainda maior de produtos, distribuídos de forma organizada pela loja, salientando que os clientes tem espaço suficiente para se deslocar no estabelecimento. As linhas de produtos oferecidas atendem as necessidades pessoais, bem como, material escolar, utilidades domésticas, enfim, miudezas em geral.

A gestora junto ao seu companheiro investe constantemente na diversificação dos produtos, visto que os clientes da cidade buscam inovação nos produtos oferecidos, estando

sempre atentos a novos produtos lançados. A empresa tem visto a necessidade de investir nas mídias locais, bem como na realização de sorteios em datas comemorativas, e oferece alguns brindes aos fregueses buscando uma cartela maior de clientes.

## 2.12 PRINCIPAIS PRODUTOS<sup>1</sup>

A empresa Alana Magazine atua no mercado como varejista de produtos para uso pessoal, material escolar, enfim, miudezas em geral, suas principais linhas de produtos são as seguintes:

**Figura 2 – Linha Seda**



**Figura 3 – Linha Palmolive**



**Figura 4 – Linha Pantene**



**Figura 5 – Creme para hidratação  
Origem**



**Figura 6 – Alisantes para  
cabelo HairLife.**



**Figura 7 – Tinturas para cabelo  
Cor&Ton.**



<sup>1</sup>As figuras sobre os principais produtos da empresa foram extraídas do site: <<http://www.google.com.br/imghp?hl=pt-BR&tab=wi>>



**Figura 8** – Produtos Johnson's



**Figura 9** – Linha TráLáLá



**Figura 10** – Absorvente Always



**Figura 11** – Alumínio São Paulo



**Figura 12** – Baton Garoto



**Figura 13** – Caixas de Isopor



**Figura 14** – Carteiras em couro



**Figura 15** – Colônia Gellu's



**Figura 16** – Desinfetante Casa



**Figura 17** – Fraldas Pampers



**Figura 18** – Garrafas de Café Alladin



**Figura 19** – Havaianas



**Figura 20** – Hidratante Paixão**Figura 21** – Material Escolar**Figura 22** – Anti-séptico Oral-B**Figura 23** – Papel Higiênico Floral**Figura 24** – Vasilhas de plástico Plasútil**Figura 25** – Sabonete Lux**Figura 26** – Vassouras Lady**Figura 27** – Porta Retratos**Figura 28** – Brinquedos diversos

### 2.13 PÚBLICO-ALVO

- Jovens de 18 a 30 anos, sabendo que a empresa acaba atingindo outros públicos, visto a grande variedade de produtos.

### 2.14 VALORES

- Colocar Deus a frente de qualquer coisa;
- Buscar a satisfação dos clientes em relação à rapidez no atendimento;

## 2.15 MISSÃO

- "Garantir que o cliente esteja sempre satisfeito com nosso atendimento."

## 2.16 VISÃO

- "Ser o armarinho número 1 com o melhor preço, ótimo atendimento e variedade de produtos."

## 2.17 ANÁLISE ORGANIZACIONAL

### **2.17.1 Ambiente Interno**

#### 2.17.1.1 Pontos Fortes

- Boas Instalações;
- Localização da Empresa;
- Está há 16 anos no mercado;
- Variedade de produtos;
- Credibilidade com fornecedores e clientes;
- Pedidos são feitos com base na falta de mercadorias;
- Produtos que atendem a qualquer classe econômica.

#### 2.17.1.2 Pontos Fracos

- Poucos funcionários;
- Falta de produtos que tem grande rotatividade;
- Ausência de investimento em propaganda;
- Falta de um programa de fidelização;
- Falta de um setor de finanças na organização;
- Carência no treinamento dos funcionários;
- Falta de um controle eficaz de entrada/saída de produtos.

## 2.17.2 Ambiente Externo

### 2.17.2.1 Oportunidades

- Necessidade, por parte dos clientes, de produtos inovadores;
- Segmento crescente de jovens;
- Novos clientes da zona rural;
- Pagamento dos impostos em dia;
- Respeita os direitos dos clientes;
- Pretende implantar um sistema eletrônico que possa facilitar o controle interno de mercadorias;
- Conta com os melhores preços em relação à concorrência.

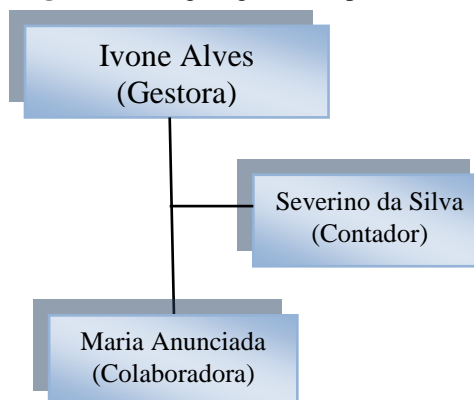
### 2.17.2.2 Ameaças

- Consumidores mais sensíveis a preços;
- Clientes pessimistas em relação aos altos impostos;
- Não conta com um sistema eletrônico;
- Perda de clientes devido ao aumento da concorrência.

## 2.18 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

### 2.18.1 Organograma Proposto

**Figura 29** – Organograma Proposto



**Fonte:** Autoria própria (2012)

### 2.18.2 Descrição das Atribuições

– **Gestora (Ivone Alves)**

A gestora é responsável pela tomada de decisão, envolvendo os pedidos e compras feitas aos fornecedores, bem como decisões relacionadas à contratação de colaboradores.

– **Contador (Severino da Silva)**

O serviço de contabilidade da empresa é terceirizado, sendo o contador encarregado por toda a parte financeira da empresa, cuidando de todo o patrimônio da mesma, averiguando gastos, lucros e perdas, podendo sugerir a melhor utilização dos recursos financeiros da empresa.

– **Colaboradora (Maria Anunciada)**

É responsável pelo atendimento ao cliente, encarregada de observar a falta de uma determinada mercadoria, sendo, também, uma espécie de elo entre o cliente externo a gestora da empresa.

## CAPÍTULO 3 – ASPECTOS METODOLÓGICOS

### 3.1 TIPO DE PESQUISA

Percebe-se que os aspectos metodológicos empregados em uma pesquisa científica utilizam diferentes técnicas e abordagens facilitando a realização do estudo. A pesquisa científica é uma ferramenta que ajuda no desenvolvimento do conhecimento humano, onde sua realização está baseada em critérios metodológicos, sabendo que após o fim o pesquisador consiga um conjunto de conhecimentos fundamentados e precisos sobre o assunto. “A pesquisa tem por objetivo estabelecer uma série de procedimentos, para descobrir respostas para as indagações que existem no conhecimento humano” (FIOREZE, 2002, p. 26).

A metodologia é uma ferramenta que ajuda o pesquisador na busca pelo conhecimento de problemas apontando o caminho para possíveis soluções. Alves (2007, p. 61), define metodologia como:

Considera-se a metodologia um instrumento do pesquisador, uma vez que é através da especificação dos caminhos a serem adotados que se torna possível determinar a criatividade e definir o **como, onde, com quem, quanto e de que maneira** se pretende captar a realidade e seus fenômenos.

Muitas são as classificações referentes ao tipo de pesquisa, no entanto, o modelo seguido para a concretização do estudo foi indicado por Vergara (2011), que raciona a pesquisa científica em duas vertentes: quanto aos fins e quanto aos meios.

- **Quanto aos fins:**

- **Exploratória**, pois segundo Gonsalves (2001, p. 65),

caracteriza-se pelo desenvolvimento e esclarecimento de idéias, com o objetivo de oferecer uma visão panorâmica, uma primeira aproximação a um determinado fenômeno que é pouco explorado. Este tipo de pesquisa também é denominada “pesquisa de base”, pois oferece dados elementares que dão suporte para a realização de estudos mais aprofundados sobre o tema.

- **Descritiva**, pois de acordo com Vergara (2011, p. 47),

expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação.

- **Explicativa**, pois ainda em conformidade com o mesmo autor “tem como principal objetivo tornar algo inteligível justificar-lhe os motivos” (idem, p. 47). Aponta, deste modo, explicar quais fatores ajudam, de alguma forma, para a acontecimento de determinado fenômeno.

Considerando que foram usados livros da área, trata-se de um tema novo, e existem poucos trabalhos sobre o assunto, sabendo, também, que foram coletados dados sobre a experiência do entrevistado.

- **Quanto aos meios:**

- **Pesquisa de campo**, já que “é a investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo” (idem, p. 47).
- **Bibliográfica**, pois “é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral” (idem, p. 48).
- **Estudo de caso**, diferindo-se por ser “o circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou mesmo país. Tem caráter de profundidade e detalhamento” (idem, p. 49).

É válido ressaltar que se trata de uma pesquisa de campo pelo fato de ter sido feita uma entrevista, um estudo bibliográfico, pois busca material referente ao assunto, um estudo de caso, pois diz respeito a opinião do entrevistado.

### 3.2 ETAPAS DA PESQUISA

A análise foi obtida empregando-se a entrevista como ferramenta de coleta de dados, composta por dez perguntas, que visam esclarecer visão que o entrevistado tem a respeito do tema empreendedorismo, tentando definir sua visão em relação ao tema.

As perguntas foram formuladas com o intuito de colher o máximo de informações sobre o gestor, estas focam descobrir a visão do empreendedor, onde seus esforços estão concentrados, o que vem fazendo para conseguir um bom lugar no mercado, bem como suas intenções, e por fim, busca um conselho focado a novos empreendedores.

### 3.3 SELEÇÃO DOS SUJEITOS DA PESQUISA

Foi escolhido como o sujeito da pesquisa o empreendedor Sr. Paulo Freire, Criador da Ivone Alves de Melo e Melo – ME (Alana Magazine), armarinho varejista na cidade de Juarez Távora – PB.

### 3.4 INSTRUMENTO

O instrumento de coleta de dados foi uma entrevista (Apêndice A), que se divide em dez perguntas relacionadas ao tema abordado (Empreendedorismo).

O método da entrevista é caracterizado pela existência de uma pessoa (entrevistador) que fará a pergunta e anotarás as respostas do pesquisado (entrevistado). A entrevista pode ser realizada pessoalmente ou por telefone, individualmente ou em grupos (MATTAR, 2001, p. 75)

No caso do trabalho em questão foi realizada uma entrevista pessoal, já que os envolvidos possuem contato pessoal o que facilitou a obtenção dos dados.

### 3.5 COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada no período de 20 a 22/04/2012, com o Criador da Ivone Alves de Melo e Melo – ME (Alana Magazine), na empresa do entrevistado, sendo facilitada a realização desta etapa devido à proximidade entre o entrevistado e o entrevistador.

### 3.6 TRATAMENTO DE DADOS

Com a conclusão da coleta de dados, os dados obtidos passaram por uma análise a partir de uma comparação entre os dados fornecidos pelo entrevistado e a fundamentação teórica constituída pelo estudo de conceituados autores da Administração, o sujeito da pesquisa colaborou grandemente com informações a partir de aprendizados adquiridos ao longo de experiência profissional. Foi feita também, uma pesquisa qualitativa, seguida de autores, como: Chiavenato (2004), GEM (2007), Gonçalves (2006), Mariano e Mayer (2011), Maximiano (2006), Oliveira (1999), Peters e Michael (2004) e o Sebrae (2008).



## CAPÍTULO 4 – APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentadas as respostas do Sr. Paulo Roberto Roberto Freire de Mélo referente as perguntas realizadas durante a entrevista, onde serão analisados todos os pontos que o empreendedor destaca ser importante para uma boa gestão.

### 4.1 ENTREVISTA COM O EMPREENDEDOR

- **Identificação do Empreendedor**

- Nome: Paulo Roberto Freire de Melo
- Data de Nascimento: 24 de Março de 1960
- Formação: Licenciatura em História pela UEPB.
- Nome do Empreendimento: Alana Magazine/Ivone Alves de Mélo e Mélo – ME
- Endereço: Av. Adalberto Pereira de Melo – 70 – Centro Juarez Távora – PB
- Telefone: (83) 32671005
- Número de Colaboradores: 01 (um)
- Setor de Atividade: Comércio Varejista de Artigos de Armarinho

- **Resultados da Entrevista**

- 1. Sabendo que ser empreendedor é ter uma visão ampla do mercado onde se está inserido, o senhor se considera um empreendedor?**

- *Considero-me um empreendedor, não com todas as características que definem esse profissional, mas possuo uma ampla visão do mercado da minha cidade, gosto de assumir responsabilidades, me considero uma pessoa criativa, costumo planejar por um bom período qualquer ideia que eu pretenda colocar em prática.*

- 2. Como o senhor classifica a importância de ser ter um relacionamento próximo com o cliente?**

- *Acredito na grande importância de uma relação mais próxima com o cliente, sabendo que este é o fator mais importante dentro de uma organização, o cliente deve estar satisfeito com o atendimento, com o produto, com a*

*empresa como um todo, a confiança por parte do cliente em relação a empresa pode fazer deste um cliente fiel.*

**3. Como surgiu a vontade de abrir seu próprio negócio?**

- *Surgiu da crise que eu enfrentava na época, passava por um período bem complicado, e desde bem antes já tinha vontade de ter algo criado por mim, percebi que o período era propício a esse tipo de negócio, com a ajuda da minha esposa conseguimos ir em frente com essa ideia.*

**4. Como o senhor explica a solidificação da sua empresa no mercado já há 16 anos no mercado?**

- *Acredito que este é um trabalho longo, e que não para, manter-se competitivo no mercado de trabalho é um grande desafio, principalmente quando a empresa é pequena, e quando a concorrência é grande, é preciso planejar para conseguir mantê-la, um atendimento de qualidade para o cliente, também é muito importante nesse processo de crescimento.*

**5. O senhor vê a possibilidade de deixar a sua empresa para herdeiros no futuro, e acha que estes estarão aptos a manter o seu sucesso?**

- *Já que uma das minhas filhas já está por dentro do comércio acredito que existe uma grande possibilidade disso acontecer, sei que é preciso preparar meus filhos para isso, sabendo que esta não é tarefa fácil de ser realizada, surgindo à necessidade de um planejamento analisando as vantagens dessa sucessão.*

**6. Como o senhor tem conseguido enfrentar as crises existentes no mercado, como os altos impostos, a concorrência?**

- *As crises existentes no mercado são as mais diversas, algumas vezes a inovação pode ser uma grande ferramenta, os clientes buscam por novidades, novos lançamentos são preferências por parte da clientela, por outro lado os altos impostos fazem muitos comerciantes chegar á falência, os problemas precisam soluções rápidas e eficientes, procuro sempre satisfação dos meus clientes acima de qualquer coisa.*

**7. O senhor vê a necessidade de começar a buscar treinamento para seus colaboradores, buscando uma satisfação maior por parte destes?**

- *Acredito que esse ainda é um ponto falho dentro da minha empresa, já que não tenho buscado por algum tipo de treinamento que vise uma melhor satisfação dos meus funcionários, e sei que esse tipo de treinamento é um investimento feito na minha empresa, que poderá me ajudar a alcançar alguns objetivos.*

**8. O senhor detecta a necessidade de implantar um sistema eletrônico na sua empresa?**

- *Percebo a necessidade de um programa eletrônico, e já acho que isso poderá vir num futuro próximo, o principal motivo da falta de um sistema do tipo na minha empresa é o custo, visto que a minha empresa não possui nenhum tipo de equipamento necessário para essa mudança, é um tipo de programa que poderá solucionar problemas referentes a controle de estoque, controle de caixa, supervisão mais precisa dos débitos das empresas, e entre outros.*

**9. Em sua opinião, que características definem o perfil do empreendedor?**

- *Acredito que empreendedor é aquele que possui autoconfiança, tem certa facilidade na hora de se comunicar, é criativo, é um profissional ético, tem o poder de delegar de forma objetiva e também é aquele que consegue planejar suas ações.*

**10. Que conselho o senhor daria para alguém que está dando início a um novo empreendimento?**

- *Quando iniciei o meu negócio, não tinha quase nenhuma experiência com o ramo, não fiz um bom planejamento, o que me causou alguns transtornos á principio mas como tinha uma boa ideia, visto que até então, na cidade não existia um comércio do mesmo ramo, portando eu aconselharia alguém a começar analisando se aquele negócio é inovador, ao ponto de atrair novos clientes, é preciso ter um bom capital para investir na empresa, é preciso se dedicar ao máximo ao empreendimento, abrir mão de muita coisa, esses são os pilares básicos para se iniciar um negócio.*

## 4.2 ANÁLISE DO CONTEÚDO

Na entrevista feita com o Sr. Paulo Roberto, foi possível destacar muitos pontos nos quais se enfatizam a visão que o gestor tem em relação ao empreendedorismo. Ele se mostra um profissional bastante preocupado com o futuro, observando as ameaças que o mercado pode oferecer, consegue perceber os pontos falhos de sua empresa.

Percebe-se seu perfil empreendedor pela sua coragem de fazer algo novo, já que há 16 anos ele iniciou suas atividades na cidade de Juarez Távora começando com algo diferente, não apenas copiando o que já existia, o conceito de empreendedorismo dito por Peters e Michael (2004, p. 29) destaca esse perfil, para eles “O empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riquezas. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que proveem valor para algum produto ou serviço”.

Percebe-se que sua visão empreendedora vai além, já que ele destaca a importância de uma boa relação com o cliente, buscando sua satisfação, para assim fidelizá-lo. Segundo a definição de Kuzaqui (2000), a satisfação, propiciada por um produto, serviço ou sentimento é função direta do desempenho percebido e das expectativas. Se o desempenho ficar distante das expectativas, o cliente ficará insatisfeito. Se atender às suas expectativas, ficará satisfeito. Se exceder às expectativas ficará altamente satisfeito ou encantado.

É de suma importância que haja essa preocupação com a satisfação do cliente, já que isso vai definir a permanência daquele indivíduo como cliente fixo e fiel de uma determinada organização.

Assim, o cliente é influenciado pelo modo como recebe o serviço e como vivência a relação. Se uma reclamação for resolvida satisfatoriamente na sua avaliação, a empresa terá boa qualidade em sua avaliação, mas se o cliente não ficar satisfeito, ou a obtenção de resultado tiver sido complicada ou demorada, ele irá simplesmente avaliar toda a empresa, seus produtos e serviços como ineficiente e, fatalmente, se sentirá lesado.

No caso do Sr. Paulo Roberto assumir riscos estava relacionado a necessidade de realizar um sonho, na busca por uma condição de vida melhor, correndo atrás de sua independência financeira. O empreendedor em questão se encaixa no conceito sobre empreendedor por necessidade, que é aquele que deu início a um empreendimento por não ter outra opção.

---

A ação empreendedora motivada pela necessidade apresenta condições precárias de atuação; essa parcela da população empreendedora necessita ser estimulada por políticas públicas de qualificação, acesso ao crédito, etc. (GEM, 2007, p. 69).

Segundo dados do SEBRAE (2008), 61% dos empreendedores brasileiros são motivados pela necessidade.

A preocupação com a concorrência é outro fator positivo apresentado pelo Sr. Paulo, sabendo que na cidade é grande o número de empresas do mesmo tipo, o empreendedor acredita que o planejamento é uma grande arma para se manter bem no mercado, sabendo que uma análise detalhada do ambiente de trabalho pode trazer grandes ganhos para o comércio.

Para Maximiano (2006), a estratégia define a direção da empresa e a forma de competir com outras empresas. Planejamento estratégico é o processo de tomar decisões sobre a estratégia da empresa. Todas as empresas têm estratégia e planejamento, de forma explícita ou implícita.

De uma maneira mais genérica, Oliveira (1999) caracteriza a empresa familiar como sendo aquela que transfere o poder decisório de maneira hereditária a partir de uma ou mais famílias. Sendo assim é possível dizer que a empresa Alana Magazine do Sr. Paulo Roberto pode se tornar uma empresa familiar, já que o empreendedor em questão afirmou que vê a possibilidade de preparar seus filhos para tal, porém ele também destaca que sabe da importância de um bom planejamento no caso de tal decisão.

Existem algumas barreiras para o sucesso dos pequenos empreendedores, principalmente no que diz respeito às altas taxas de impostos que estes microempresários são obrigados a pagar, já que, segundo Mariano e Mayer (2011), quando as questões macroeconômicas são favoráveis, com taxas de juros em queda, disponibilidade de recursos para empréstimo, inflação baixa etc., as pessoas tornam-se mais seguras para consumir, pois podem planejar melhor a sua vida. Quando questionado sobre esse problema o Sr. Paulo afirmou que tenta sobreviver a isso recorrendo sempre a inovação, visto que na busca por produtos inovadores e de boa qualidade seus clientes tornam-se satisfeitos aumentando o poder de manter no mercado, mesmo diante de tantas dificuldades, ou seja, agregar valor ao produto é uma boa saída, o entrevistado acredita, também, que uma vez que surgem os problemas estes precisam de soluções rápidas e eficientes.

Em relação a satisfação dos colaboradores da empresa, o Sr. Paulo, afirma que esse ainda é um ponto falho dentro de sua empresa, mas sabe da grande importância que isso tem dentro da organização. Chiavenato (2004) comenta que existem necessidades humanas básicas, fisiológicas, psicológicas e de auto-realização.

Pode-se dizer que seria outro ponto falho na empresa a falta de um sistema eletrônico que controle melhor a entrada e saída de mercadorias, fato também reconhecido pelo Sr. Paulo, que afirma já haver interesse na implantação do mesmo, sabendo do papel que este

pode desenvolver, sobretudo o que ainda provoca a não realização dessa implantação seria o custo dos equipamentos.

A sociedade não precisa somente dos inovadores que criam novos produtos, como acontece com os inventores que têm seus direitos garantidos se forem patenteados. É necessário também o esforço continuado daqueles que promovem inovações nas organizações que estão relacionadas com a maneira de realizar as suas atividades. Encontrar novas formas de realizar um trabalho de maneira mais afetiva ou econômica é uma das principais habilidades das organizações inovadoras (MARIANO; MAYER, 2011, p. 34).

Para ele o perfil empreendedor é composto de algumas características, como possuir autoconfiança, facilidade na hora de se comunicar, sendo criativo, ético, delegando de forma objetiva e planejando bem suas ações. Para Gonçalves (2006), um empreendedor possui dentro dele uma sensibilidade de mercado indiscutível, com uma grande capacidade de identificar oportunidades ao seu redor.

Quando questionado a respeito de que conselho daria para alguém que está prestes a iniciar um negócio, ele diz que é preciso ter um bom capital para investir na empresa, dedicando-se ao máximo ao empreendimento, ele destaca que quando iniciou seu negócio não muita experiência, não fez um bom planejamento, mas que o empreendimento deu certo por ele ter uma boa ideia na época. Na concepção de Mariano e Mayer (2011), muitas vezes o empreendedor não está comprometido com o negócio, não dedica o tempo suficiente para a supervisão, e entrega a gestão a pessoas que não estão preparadas ou habilitadas para tocar o negócio.

Enfim, atentando-se aos mínimos detalhes da entrevista percebe-se que o empreendedor é dotado de uma boa visão empreendedora, acredita que um bom planejamento é essencial para se ter sucesso, consegue perceber as lacunas ainda existentes no seu comércio, porém percebe a necessidade de preenchê-las. Um bom empreendedor se faz por meio de uma experiência, estudo, dedicação, e também com a realização de um bom plano de negócio.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da pesquisa bibliográfica realizada entende-se a necessidade de uma boa gestão em qualquer organização, visto que o número de mortalidade entre as empresas iniciantes é bem alto, por isso vem a ser de suma importância bom planejamento, e análise do mercado eficiente onde se pretende atuar.

Foi desenvolvido um trabalho na empresa Alana Magazine, onde, através de uma entrevista foi possível realizar uma análise em relação aos conceitos sobre empreendedorismo e os conhecimentos do Sr. Paulo Freire na área, a partir disso realizou-se uma apreciação, tendo como ponto de base a necessidade de saber empreender.

O criador da Alana Magazine pode ser considerado uma referência para aqueles que pretendem abrir um negócio, ou até mesmo por aqueles que já estão inseridos no mercado e precisam orientações, pois observando a sua trajetória, as dificuldades enfrentadas, percebe-se a boa visão do empreendedor em relação ao tema.

Com relação aos resultados obtidos na entrevista como pontos principais destacam-se os seguintes:

1. **Questão 1:** Sabendo que ser empreendedor é ter uma visão ampla do mercado onde se está inserido, o senhor se considera um empreendedor?

*“[...] Possuo uma ampla visão do mercado da minha cidade, gosto de assumir responsabilidades, me considero uma pessoa criativa, costumo planejar por um bom período qualquer ideia que eu pretenda colocar em prática.”*

2. **Questão 2:** Como o senhor classifica a importância de ser ter um relacionamento próximo com o cliente?

*“[...] O cliente deve estar satisfeito com o atendimento, com o produto, com a empresa como um todo, a confiança por parte do cliente em relação a empresa pode fazer deste um cliente fiel.”*

3. **Questão 3:** Como surgiu a vontade de abrir seu próprio negócio?

*“Surgiu da crise que eu enfrentava na época [...]”*

4. **Questão 4:** Como o senhor explica a solidificação da sua empresa no mercado já há 16 anos no mercado?

*“[...] É preciso planejar para conseguir mantê-la, um atendimento de qualidade para o cliente, também é muito importante nesse processo de crescimento.”*

5. *Questão 5:* O senhor vê a possibilidade de deixar a sua empresa para herdeiros no futuro, e acha que estes estarão aptos a manter o seu sucesso?  
*“[...] Sei que é preciso preparar meus filhos para isso, sabendo que esta não é tarefa fácil de ser realizada [...].”*
6. *Questão 6:* Como o senhor tem conseguido enfrentar as crises existentes no mercado, como os altos impostos, a concorrência?  
*“[...] A inovação pode ser uma grande ferramenta, os clientes buscam por novidades [...].”*
7. *Questão 7:* O senhor vê a necessidade de começar a buscar treinamento para seus colaboradores, buscando uma satisfação maior por parte destes?  
*“[...] Sei que esse tipo de treinamento é um investimento feito na minha empresa, que poderá me ajudar a alcançar alguns objetivos.”*
8. *Questão 8:* O senhor detecta a necessidade de implantar um sistema eletrônico na sua empresa?  
*“[...] É um tipo de programa que poderá solucionar problemas referentes a controle de estoque, controle de caixa, supervisão mais precisa dos débitos da empresas, e entre outros.”*
9. *Questão 9:* Em sua opinião, que características definem o perfil do empreendedor?  
*“Acredito que empreendedor é aquele que possui autoconfiança, tem uma certa facilidade na hora de se comunicar, é criativo, é um profissional ético, tem o poder de delegar de forma objetiva e também é aquele que consegue planejar suas ações.”*
10. *Questão 10:* Que conselho o senhor daria para alguém que está dando início a um novo empreendimento?  
*“[...] Eu aconselharia alguém a começar analisando se aquele negócio é inovador, ao ponto de atrair novos clientes, é preciso ter um bom capital para investir na empresa, é preciso se dedicar ao máximo ao empreendimento, abrir mão de muita coisa, esses são os pilares básicos para se iniciar um negócio.”*

Neste contexto, obtêm-se a certeza de que o referido empreendedor mesmo sem formação acadêmica na área, conseguiu ter uma visão privilegiada do mercado, possuindo



noção ampla sobre a necessidade de se fazer uma análise eficaz em relação ao ambiente, bem como observar atentamente as condições do negócio, sabendo também da carência de alguns pontos dentro de sua empresa, como a implantação de um sistema eletrônico e treinamento adequado aos seus colaboradores.

O empreendedor destaca, também, o seu empenho em relação ao negócio, para ele a dedicação é fundamental, sabendo que a inserção no mercado requer bastante atenção, abdicando das horas de lazer para dar total atenção ao empreendimento. Teorias sobre empreendedorismo apontam que um bom empreendedor é aquele que assume riscos, se dedica a organização, entre outros pontos, como é o caso do Sr. Paulo Freire.

Suas experiências antes de sua inserção no mercado contribuíram de forma positiva para o sucesso do empreendimento, mesmo com todas as dificuldades, já está há 16 anos no mercado, o empresário é um exemplo de persistência e força, o que está intimamente ligado às atribuições de um bom empreendedor.

Observando minuciosamente essas características, definições, considera-se que os objetivos definidos foram alcançados, e que para se tornar um empreendedor de sucesso faz-se necessária uma boa análise de mercado, ou seja, um bom plano de negócio.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias**: um roteiro passo a passo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empreendedores brasileiros**: vivendo e aprendendo com grandes nomes. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BOM ANGELO, Eduardo. **Empreendedor corporativo**: a nova postura de quem faz diferença. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FIGUEIREDO, Romeu. **Metodologia da pesquisa**: como planejar, executar e escrever um trabalho científico. João Pessoa – PB: UFPB/Editora Universitária, 2002.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**. 2007. Curitiba: IBQP, 2008.

GONÇALVES, Leandro Martins. **Empreendedorismo**. São Paulo: Digerati Books, 2006.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. Campinas – SP: Alínea, 2001.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a compaetividade através do intra-empreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.

HISRICH, Robert D. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas do Cadastro Nacional de Empresas/Cempre**. *Boletim Estatístico das Micro e Pequenas Empresas*, Brasília, Sebrae, UED, 2005. Observatório Sebrae, 1º Semestre, 2005.

WIKIPÉDIA. **Empreendedorismo**. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Empreendedorismo>>. Acesso em: 25 abr. 2012.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo social**. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Empreendedorismo\\_social](http://pt.wikipedia.org/wiki/Empreendedorismo_social)>. Acesso em: 03 maio 2012.

\_\_\_\_\_. **Empresa familiar**. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Empresa\\_familiar](http://pt.wikipedia.org/wiki/Empresa_familiar)>. Acesso em: 05 maio 2012.

KUAZAQUI, Edmir. **Marketing turístico e de hospitalidade: fonte de empregabilidade e desenvolvimento para o Brasil**. São Paulo: Makron Books, 2000.

LODI, João Bosco. **A empresa familiar**. 5 ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

MARIANO, Sandra Regina Holanda. **Empreendedorismo: fundamentos e técnicas para criatividade** / Sandra R. H. Mariano, Verônica Feder Mayer – Rio de Janeiro: LTC, 2011.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. 3. ed. São Paulo, Atlas, 2001.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MENDES, Jerônimo. **Manual do empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso**. São Paulo: Atlas, 2009.

MELO NETO, Francisco P. de. **Empreendedorismo social: A transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, 2002.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Empresa familiar: como fortalecer o empreendimento e otimizar o processo sucessório**. São Paulo: Atlas, 1999.

PASTRO, I. I. *Entrepreneur: habilidade de criar e inovar*. In: Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. Londrina. **Anais**. Paraná, 2001.

PETERS, Michael. HISRICH, Robert D. **Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman, 2004.

SEBRAE. **Empreendedor por necessidade**. 2008. Disponível em <<http://www.sebrae-sc.com.br/newart/default.asp?materia=15767>>. Acesso em: 28 maio 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

## APÊNDICE A

### ROTEIRO DA ENTREVISTA COM O EMPREENDEDOR

1. Sabendo que ser empreendedor é ter uma visão ampla do mercado onde está inserido, o senhor se considera um empreendedor?
2. Como o senhor classifica a importância de ser ter um relacionamento próximo com o cliente?
3. Como surgiu a vontade de abrir seu próprio negócio?
4. Como o senhor explica a solidificação da sua empresa no mercado já há 16 anos no mercado?
5. O senhor vê a possibilidade de deixar a sua empresa para herdeiros no futuro, e acha que estes estarão aptos a manter o seu sucesso?
6. Como o senhor tem conseguido enfrentar as crises existentes no mercado, como os altos impostos, a concorrência?
7. O senhor vê a necessidade de começar a buscar treinamento para seus colaboradores, buscando uma satisfação maior por parte destes?
8. O senhor detecta a necessidade de implantar um sistema eletrônico na sua empresa?
9. Em sua opinião, que características definem o perfil do empreendedor?
10. Que conselho o senhor daria para alguém que está dando início a um novo empreendimento?