



CENTRO PAULA SOUZA



ETEC "PROF.^a ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

ALINE FERREIRA GASPAR PAULINO

DANIEL LUCAS DA ROSA

GIULIANI CRISTINA TOMÉ DE CAMARGO

JEFERSON GABRIEL LOPES SANSEVERINATO

PRISCILA DE OLIVEIRA

**EMPREENDEDORISMO
A INOVAÇÃO E O SUCESSO**

ARARAQUARA
2014

Aline Ferreira Gaspar Paulino
Daniel Lucas da Rosa
Giuliani Cristina Tomé de Camargo
Jeferson Gabriel Lopes Sanseverinato
Priscila de Oliveira

EMPREENDEDORISMO A INOVAÇÃO E O SUCESSO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a ETEC "Prof.^a Anna de Oliveira Ferraz", do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito para a obtenção do diploma de Técnico de Nível Médio em Técnico em Administração sob as orientações da Prof^a Gabriela Messias da Silva e do Prof^o José Roberto Grecco.

ARARAQUARA

2014

Aline Ferreira Gaspar Paulino
Daniel Lucas da Rosa
Giuliani Cristina Tomé de Camargo
Jeferson Gabriel Lopes Sanseverinato
Priscila de Oliveira

EMPREENDEDORISMO A INOVAÇÃO E O SUCESSO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Profa. Anna de Oliveira Ferraz como exigência parcial para obtenção do título de **Técnico em Administração**, sob orientação dos professores Gabriela Messias da Silva e José Roberto Grecco.

Aprovado em 26 de Novembro de 2014.

Banca Examinadora:

Prof. Orientador: Gabriela Messias da Silva

Prof. Orientador: José Roberto Grecco

Prof. Avaliador: Paulo César Piva

Dedicamos este trabalho a todas as pessoas que estiveram ao nosso lado durante todo o curso e principalmente aos nossos pais que sempre nos motivam a batalhar pelos nossos objetivos, e aos nossos amigos que estiveram conosco durante este período tão importante de nossas vidas.

AGRADECIMENTO

Agradecemos primeiramente a Deus que nos renovou a cada dia, dando forças para acreditarmos em nosso potencial e que nunca nos desamparou.

Aos professores que nos transmitiram conhecimentos, ouviram nossas ideias e nos impulsionaram a transformá-las em realidade.

Visão sem ação não passa de sonho;
ação sem visão é só passatempo; visão
com ação pode mudar o mundo.

Joel Baker

RESUMO

O empreendedorismo se faz importante desde que o homem existe. Surgiram ideias que alteraram o mercado por meio de inovações que contribuíram para a evolução do homem e seu ambiente de trabalho, bem como sua capacidade de se desenvolver. No Brasil esse perfil é novidade, porém não distante da realidade da economia do país. O termo empreendedorismo é nativo da França, sendo hoje possível perceber o quão benéfico o ato de inovar é para uma nação, pois o país de naturalidade desta ciência é hoje uma das economias mais desenvolvidas do mundo. A mente empreendedora se faz importante em todos os campos, como na desenvoltura masculina, feminina, em recursos naturais, meio ambiente e principalmente sociais. Em um cenário globalizado onde as mudanças ocorrem tão fluidamente, o empreendedorismo se tornou necessário para a sobrevivência de uma empresa em relação a seus concorrentes, e de pessoas diante de uma sociedade atualizada e exigente.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Inovação. Sustentabilidade. Plano de negócio.

ABSTRACT

Entrepreneurship becomes important since man exists. Some ideas that changed the market through innovations that contributed to the evolution of man and his working environment as well as their ability to develop. In Brazil this profile is new, but not far from the reality of the economy. The term entrepreneurship is a native of France, and is now possible to see how beneficial the act of innovating is to a nation, as the country of birth of this science is today one of the most developed economies in the world. The entrepreneurial mind is important in all fields, as in male, female resourcefulness, natural, environmental and especially social resources. In a globalized scenario where changes occur so fluidly, entrepreneurship has become necessary for the survival of a company relative to its competitors, and people in front of an updated and demanding society.

Keywords: Entrepreneurship. Innovation. Sustainability. Business plan.

Lista de Figuras

Figura 1 -Pirâmide de Maslow: Teoria das necessidades.....	24
Figura 2 -Processo de Reciclagem	37
Figura 3 -Irrigador Reciclável	38
Figura 4 -Vasos Recicláveis	38
Figura 5 -Etapas do Plano de Negócio.....	51
Figura 6 -Fabrica Alumínio Ramos 2001	67
Figura 7 -Loja Alumínio Ramos Atual	68
Figura 8 -Futuras Instalações Loja Alumínio Ramos	68

Lista de Tabelas

Tabela 1 -Conceitos administrativos segundo alguns autores	40
Tabela 2 -Distribuição das mulheres empreendedoras no país	43
Tabela 3 -Empreendedoras por regiões do estado de São Paulo	44

SUMÁRIO

Introdução.....	11
1 Conceito de empreendedorismo.....	13
2 O surgimento do empreendedorismo.....	14
3 Empreendedorismo atual no brasil	18
4 Diferenças individuais	21
4.1 Autoconhecimento	22
4.2 Personalidade vocacional.....	25
5 PEP – Plano Empreendedor Pessoal.....	28
6 Empreendedor – Conceitos e tipos	29
6.1 Conceitos.....	29
6.2 Tipos de empreendedores.....	30
7 Empreendedorismo sustentável	34
8 Diferenças e semelhanças entre o administrador e o empreendedor	40
9 Mulher empreendedora: A conquista de décadas.....	42
9.1 Mulher empreendedora: O avanço.	42
9.2 Por que empreender?.....	46
10 Atitudes empreendedoras de sucesso.....	48
11 O plano de negócios	50
12 Vantagens e desvantagens de ser um empreendedor.....	54
12.2 Desvantagens de ser empreendedor	55
13 O que é uma empresa?	56
14 Sobrevivência empresarial: Criatividade, inovação e investimento.....	57
14.1 A inovação e suas inibições.....	58
14.2 Tipos de inovação.....	60
15 Concorrência	62
16 Exemplos de empreendedores de sucesso	63
16.1 Cacau show: Um dos chocolates mais finos do mundo.....	63
16.2 Alumínio ramos: O segredo da boa cozinha	66
17 Conclusão	69
Referências	70
Anexo	74

INTRODUÇÃO

Atualmente para se destacar no mercado cada vez mais competitivo, torna-se necessário que o empreendedor apresente um perfil diferenciado, este perfil deve ser capaz de promover a mudança e o desenvolvimento econômico da empresa. Esse novo profissional deve ter a capacidade de inovar continuamente, trazendo ideias, que possa revolucionar a maneira de administrar as decisões que trarão o sucesso para a organização.

Utilizando de diversas ferramentas de pesquisas, mostraremos que o empreendedorismo é considerado hoje um fenômeno global, tendo o Brasil como um dos países mais criativos do mundo e onde mais se desenvolve empreendedores.

O ato de empreender busca a visualização de oportunidades de negócios, onde existe uma procura incessante por inovações, assumindo riscos calculados com a intenção de obter ou não renda, reconhecimento e crescimento no mercado.

O empreendedor possui uma personalidade que assume metas, inovações, criatividade, perseverança e acima de tudo, ele gosta do que faz, por isso sempre se doa por inteiro.

O sucesso de um empreendedor não se limita a ele mesmo, mas sim a toda sociedade que vive ao seu redor, dando continuidade na atividade de cada empresa, criando assim maiores oportunidades de empregos e, assim sobrevivendo à globalização.

Sabe-se que existem muitas áreas de atuação no mercado, com elas, vários tipos de comportamentos, doutrinas e costumes, de acordo com esse pensamento vale expor os vários tipos de empreendedores. Visando algumas empresas de sucesso, podem ser percebidas as mais variadas técnicas e ideias, bem como suas histórias que a partir de alguma mente empreendedora destacou-se no mundo dos negócios.

Diante dessa pesquisa, será possível observar a importância do perfil empreendedor e inovador, sendo esse considerado uma ferramenta para o desenvolvimento das organizações, podemos dizer que empreender é uma disciplina que pode ser ensinada, porém só executada por pessoas que

desenvolveram ou ainda desenvolvem suas habilidades empreendedoras com o tempo.

1 CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO

Para Diniz (2009) existem no mundo algumas pessoas que não se importam em estimular a inovação dentro de uma sociedade ou meio econômico. Estes indivíduos acreditam que sempre haverá alguém para solucionar seus problemas. Veridicamente, sempre existirão profissionais capacitados que consigam propor soluções para melhoria contínua de produtos ou serviços oferecidos pelas organizações. A busca constante pela inovação contraria aqueles que se sentem acomodados, dando lugar a um tema mundialmente discutido: o empreendedorismo.

O tema é tão antigo quanto à invenção do fogo.

“Empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza”. (DOLABELA, 2008, p. 23)

São variadas as definições para o tema, seguindo sincronizadas para o mesmo ponto a inovação.

Segundo Timmons (1994), citado por Dolabela (2008, p. 24) o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX.

Ainda segundo Dolabela (2008) o empreendedorismo é o grande aliado do meio econômico na luta contra o desemprego.

De acordo ainda com Diniz (2009) o objetivo principal do empreendedorismo é gerar oportunidades através da criatividade, inovação, perseverança e planejamento e pode ser aplicado em qualquer negócio, seja um novo processo, produto ou método.

2 O SURGIMENTO DO EMPREENDEDORISMO

Até hoje não existe uma data definida para o surgimento do empreendedorismo, falam-se apenas em informações sobre o século que foi o início da evolução do mesmo. Sabemos que o empreendedorismo sempre caminhou junto com o homem, independente da maneira ou importância dada ao seu nome. Tudo o que é inventado ou modificado para a melhoria e comodidade esta diretamente ligada ao empreendedorismo, às buscas por qualidade de vida existem antes mesmo do homem se socializar, podemos observa-lo também a milhões de anos, desde a época em que viviam em cavernas, para vestirem-se e alimentarem-se, sendo obrigado a criar meios mais práticos e cômodos, um grande exemplo disso foi à criação de lanças, martelos, roupas e o fogo. Sua alimentação dependia totalmente da natureza, comiam frutas, raízes e carnes deixadas por outros animais, conforme o tempo passava perceberam que aquilo já não era mais suficiente para a sua sobrevivência e assim, buscaram novas alternativas.

Porque o homem inventa cada dia mais? Essa é uma pergunta fácil de ser respondida! O homem cria de acordo com as suas necessidades, mas será que para estas necessidades existe um limite? Muitos dizem que não, afinal, conforme uma invenção sofre obsolescência, outras aparecem em seu lugar, e o homem busca se adaptar de acordo com as tendências. Um exemplo de transformação é o carro, onde sua evolução fez com que os empresários acompanhassem de perto suas alterações e a aplicassem em seus produtos, visualizando as necessidades de seus clientes que mudam a cada instante. Hoje a tecnologia aplicada nos carros evolui rapidamente para suprir não só as precisões, mas também as novas ideologias e desejos que faz fluir a economia.

A primeira citação a respeito da palavra empreendedorismo surgiu na França no século XVII com a palavra (entrepreneur) que significava pessoas que assumiam riscos para começar algo novo. As primeiras pessoas conhecidas como empreendedores, procuravam o governo para realizarem acordos contratuais e com isso investir na produção e fornecimento de seus produtos, fazendo com que o modo capitalista não fosse mais o único, ou seja, foi a partir daí que o governo começou a participar da economia do país, se tornando algo viável, pois quanto mais

movimentação ocorresse na economia, mais impostos seriam gerados e de alguma forma todos sairiam com algum benefício.

A partir do século XX o mundo passou por varias transformações. Foi nesse período que a maioria das invenções foram criadas, modificando assim o estilo de vida das pessoas. Estas invenções surgiram como algo totalmente diferente e inovador, foram utilizados métodos já existentes, embora ninguém tenha ousado olhar com outros olhos. Por trás destas invenções, existiam pessoas que não estavam satisfeitas com o que já existia, queriam sempre estar em constante evolução e para elas o mais importante era o questionamento sobre tudo e todos, arriscavam sem medo para obter o sucesso e criar algo novo, isso não se baseava apenas nas curiosidades, mas sim nas necessidades das pessoas, que, como citado anteriormente estão sempre em mudança.

Pessoas empreendedoras são motivadas e não se permitem ser igual aos outros, elas querem melhorias, e sem duvida alcançar as precisões da sociedade, bem como obter sucesso e reconhecimento pelos seus esforços.

Empreendedorismo designa os estudos referentes ao empreendedor, suas características, sua origens, seu sistema de atividades, e seu universo de atuação. O termo é utilizado especificamente para qualificar ou especificar indivíduos com algumas habilidades especiais, sejam elas inovadoras, administrativas, ou até mesmo pessoas com vocações para transformar conhecimentos em riquezas. Também é utilizado no cenário econômico, para indicar o fundador de empresas ou entidades, sendo aquele que luta com determinação para criar algo ou até mesmo modificar o que já existe.

Mesmo que seja um campo novo, os primeiros pensamentos sobre o tema não são. Landstrom Harirchi, Astrom (2012) afirma que provavelmente a função é tão antiga quanto o intercambio e o comércio entre os indivíduos de uma sociedade, embora, este conceito não fosse discutido, e apenas a partir da evolução dos mercados econômicos que surgiu o interesse entre os cientistas para com este fenômeno.

Filion e Vérin (1999), em 1982 foram um dos primeiros a estudarem sobre a evolução do termo enter-preneur. No século XII o mesmo era utilizado para significar “àquele que incentiva brigas”. Mais tarde no século XVII estando ligada a palavra com a economia ela passou a estar diretamente ligada às pessoas que “tomavam a responsabilidade e coordenava uma operação militar”, embora no final

deste século e começo do século XVIII, o termo ficou sendo utilizado como referencia às pessoas que “criava e conduzia empreendimentos”.

Murphy, Liao e Weslch (2006) destacam que a atividade empreendedora se expandiu ao longo dos séculos XVI e XVII, como o conhecimento experimental ou baseado nas habilidades, tornando-se cada vez mais instrumentais para corrigir as ineficiências ou fornecer novas soluções, bens e serviços. Com a especialização do conhecimento, a descoberta de oportunidades comerciais e a atividade empreendedora se intensificaram no século XVIII. Uma das figuras mais importantes na descrição dos empreendedores foi Richard Cantillon (1680-1734), suas contribuições descrevem que os empreendedores estavam envolvidos em trocas de mercadorias direcionadas ao lucro e decisões empresariais, tomadas em face das incertezas.

Segundo Landstrom e Benner (2010), essa discussão ocorreu após um grande período de estagnação aplicado pelo sistema feudal na economia europeia, onde o direito de propriedade era restrito e os produtos altamente taxados. Durante a idade média aos poucos essas condições foram se modificando e o sistema de empreendedorismo começou a sua evolução com base nas classes dos comerciantes e na ascensão das cidades. Durante este período o termo “empreendedor” começou a ser utilizado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção.

Filion (1999) e Landstrom e Benner (2010) relatam também sobre a contribuição oferecida pelos franceses representados por Jean Baptiste Say (1767-1832), o qual definia o empreendedor no papel de coordenação de produção e distribuição, ou seja, um coordenador que consistia em combinar os fatores (Terra, Capital e Indústria Humana) para resultar em novos empreendimentos. Desta forma, o empreendedorismo foi evoluindo frente às ideias que dominavam a época, o que permitiu uma conjuntura de três épocas distintas sobre o pensamento empreendedor, que são elas:

1870-1940 – Era Econômica. (Nesta era foi onde surgiu o maior interesse por parte dos economistas no tema empreender, para eles a ideia de arriscar um dinheiro em uma incerteza era motivo de muita preocupação, tanto para o empreendedor como para o governo e seu país, afinal poderiam ser tentativas em vão e dinheiros desperdiçados, embora por outro lado isso poderia atingir níveis de sucessos elevados, por estes e outros motivos os economistas estavam sempre

envolvidos e aprimorando os seus conhecimentos a respeito dos empreendedores e suas empresas, levando desta forma um maior conhecimento e interação econômica para o país).

1940-1970 – Era das Ciências Sociais. (Foi o período em que ocorreu a entrada dos estudiosos das áreas de psicologia e ciências sociais, que direcionaram seus interesses no empreendedor como indivíduo e começaram a investigar suas obras e traços de personalidade). Nesta era a ênfase do empreendedor no processo de mudança econômica tornou-se o foco de estudos por parte dos sociólogos, tomando como exemplo Max Weber. Em relação aos psicólogos o foco principal foi à Ciência Comportamental e Antropológica que relacionava o empreendedorismo como um comportamento desviante, ligado à cultura.

1970 – Era dos Estudos de Gestão. (Era em que ocorreram mudanças políticas, econômicas e tecnológicas). Desde então o tema empreendedorismo se torna dominante na sociedade. A era dos Estudos de Gestão é conhecida como a era de base multidisciplinar, pelas pesquisas que envolvem oportunidades, redes de acesso às informações, aos fatores sociológicos, entre outros. A partir daí o interesse sobre a área foi se expandindo cada vez mais pelos estudiosos de diferentes áreas, embora mesmo com tantas pesquisas e informações isso não foi o suficiente para todos entrarem em um consenso sobre o tema empreendedorismo.

Associar o empreendedorismo com pessoas que criam suas próprias empresas não é um conceito totalmente errado, embora o que todos devem ter bem claro é que empreendedor também pode ser pessoas capazes de gerar resultados efetivos em qualquer área de atividade humana. Hoje em dia quando falamos em empreendedorismo, logo nos deparamos com vários exemplos de sucesso e superação. Quando ao comprar um carro novo ou uma roupa nova, seja lá o que for poucas são as pessoas que lembram que por trás de tudo aquilo existem pessoas brilhantes, e pessoas que um dia mesmo com dificuldades arriscaram e foram atrás de melhorias. Nos dias de atuais tudo se tornou muito prático e moderno, o modo de vida das pessoas evolui a cada piscar de olhos, e tende a evoluir cada vez mais.

Talvez se á tempos atrás pessoas com motivação não existissem muitas coisas estariam hoje sendo prejudicadas ou até mesmo o modo de vida das pessoas seriam totalmente diferente.

O empreendedorismo surgiu para evolucionar o país e o mundo, e sem duvida alguma, sem ele, não seria possível manter a vida humana.

3 EMPREENDEDORISMO ATUAL NO BRASIL

O Brasil vem crescendo no ramo econômico, neste termo, há inúmeras empresas que contribuem para esse fim. De acordo com a pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o Brasil possui um grande número de empreendedores, o posicionando, sexto do mundo nesse quesito. Acreditasse que esse número se daria pela própria situação econômica, pelas necessidades que não foram supridas, já que o ato de empreender nasce das adversidades individuais ou de toda uma nação.

No Brasil o empreendedorismo ganha força na década de 90, quando ocorre a expansão da economia com a chegada de produtos importados, tornando a economia estável e valorizando a moeda, o Brasil começa a se desenvolver abrindo novas oportunidades em distintos setores da economia.

Segundo informações coletadas no site do SEBRAE, foi lançado em 5 de outubro de 1999, em Brasília no Palácio do Planalto o Programa “Brasil Empreendedor”, desenvolvido em parceria com o Governo Federal, SEBRAE, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BNDES, Banco da Amazônia e Banco do Nordeste, tendo como objetivo incentivar o desenvolvimento das empresas de micro, pequeno e médio porte, através da capacitação de crédito, com o propósito de aumentar a geração de renda.

Antes de dar acessibilidade de crédito aos pequenos empreendedores e empresários, era necessário ensiná-los, qualifica-los e capacitá-los para o mercado. O programa custeava a fundação, reforma e modernização de empreendimentos com o que lhes fosse acordado, como capital de giro, máquinas, equipamentos, acessórios entre outros.

Houve um aumento considerável na valorização das pequenas empresas, pois a globalização fez com que muitas empresas de grande porte terceirizassem alguns serviços facilitando a participação dos pequenos empreendimentos na economia do país e motivando as grandes empresas a diminuírem sua grade hierárquica provendo assim, empresas menores e mais eficientes. Acrescendo também que a mão-de-obra demitida das grandes empresas passasse a servir às

pequenas organizações. Podemos dizer que ocorreu uma redistribuição de colaboradores, uma reestrutura na contratação da mão-de-obra.

A compilação dos pequenos negócios proporcionou oportunidades de emprego para jovens e idosos, integrando os no mercado de maneira que colabore com a redução da taxa de desemprego. É notável que muitas pessoas recém-formadas em nível técnico ou superior iniciam suas carreiras em pequenas empresas, como forma de aprendizado.

As Micro e pequenas empresas são as que mais sustentam a economia do país, em termos estatísticos, elas representam 27% do PIB (Produto Interno Bruto) do Brasil, gerando mais de 60% do emprego formal da nação. De acordo com uma pesquisa encomendada pelo SEBRAE, cerca de nove milhões de micro e pequenas empresas correspondem a essa contribuição. A pesquisa foi elaborada pela fundação Getúlio Vargas, onde foram levadas em consideração as informações do IBGE, disponíveis até 2011, baseando-se no crescimento econômico gerado pelo comércio, indústrias, serviços e agroindústrias, exceto pelo setor público e intermediações financeiras (Bancos).

A abertura de uma empresa gera produção de materiais e serviços, assim abre portas de emprego, motiva o consumo e faz fluir a economia de uma cidade colaborando com todo o país, em termos práticos, vira uma cadeia, um sistema depende ou gera o outro e, é nessas situações que a participação das pequenas empresas tem papel fundamental. No período de 1995 a 2001, cerca de 96% dos empregos foram proporcionados por organizações que possuíam até 100 colaboradores.

Para começar um negócio e fazer com que ele cresça se faz necessário que o dono do empreendimento tenha características de líder, seja um visionário, domine as teorias administrativas, bem como suas práticas, seja flexível para com as mudanças repentinas do mercado e ainda, obtenha alguma característica empreendedora, a qual pode classifica-la como sendo a chave para se empreender.

O sucesso de uma organização depende do ramo da sua atuação, se ela atua de acordo com as necessidades dos clientes ou não, ou seja, nenhuma empresa abre as portas para produzir o que ninguém compraria, geralmente pela lei da Logística Empresarial, a empresa produz o quê e na quantia que os clientes precisam, sistema conhecido como “Just in Time” ou (JIT).

Just in Time é um sistema criado pela Toyota no início da década 50. Pode ser empregado em vários setores de uma organização como tática de melhoria na produção. Visa à produção enxuta, onde é feito o controle da aquisição da matéria prima, e de todo o processo de fabricação e entrega do produto final, sendo assim, o JIT é: Suprir os setores da empresa com produtos de qualidade na quantidade, no tempo e no local correto de forma que satisfaça os clientes.

Muitas empresas acabam fechando as portas dentro de cinco anos de atuação, pelo fato de não terem inovado nos processos administrativos ou em produtos e serviços. Estimasse uma taxa de mortalidade anual de mais de 50% das pequenas empresas, porém até grandes empresas fecham as portas se não correrem contra o tempo e acompanharem as mudanças, que muito das vezes começa pelo cliente, que, a cada dia está mais exigente e informado, obtendo necessidades novas e até mesmo supérfluas.

Em contra partida, em relação à terceirização de mão-de-obra, muitas empresas conseguem refrear a mortalidade empresarial, apostando no desenvolvimento tecnológico e em qualificação dos serviços.

Para que a taxa de mortalidade empresarial diminua, é necessário saber empreender, o que não é administrar, e sim criar algo diferente assumindo riscos calculados.

Mesmo que o Brasil seja estimado o primeiro do mundo em empreender, devemos estar abertos aos sistemas de inovação, que, por natureza rege as ideias que movem uma nação rumo ao sucesso. Levando em consideração que as exportações do Brasil tem um preço muito baixo, (o que é conflitante se comparado com o preço desses mesmos produtos dentro do país) e que por cultura ou mau costume, as ideias que resultaram em consideráveis mudanças foram “copiadas” de outros países, podemos dizer que, por mais que empreendemos não sabemos inovar. Dai nascem às questões: Como conseguir empreender sem saber inovar? Ou melhor, como cresceremos se não sabemos dar valor as próprias riquezas? Se compararmos o desenvolvimento do Brasil com outros países, veremos que estamos com mais de seis décadas de atraso.

4 DIFERENÇAS INDIVIDUAIS

As diferenças individuais é um assunto que ainda hoje é estudada por médicos e pessoas comuns. O tema em si traz uma curiosidade que enfoca a dinâmica entre tipos de personalidades. A teoria mais antiga foi criada por Hipócrates no século IV A.C, onde desenvolveu estudos sobre os estados de saúde e doença com a teoria dos humores corporais. Em sua obra “On the Nature Man”, ele associa os quatro elementos naturais ar, fogo, água e terra a quatro características: Frio, calor, úmido e seco, onde foram relacionadas a humores corporais: sangue, fleuma. Bile branca e bile negra, pregando que o desequilíbrio entre esses humores seria o causador de doenças.

“Mais tarde, Cláudio Galeno, médico e filósofo Romano de origem Grega, desenvolveu a primeira tipologia do temperamento em sua monografia “de Temperamentis” descrevendo e distinguindo nove temperamentos”. “Onde quatro deles são primários e se relacionam a uma das quatro qualidades descritas por Hipócrates, quatro secundários, derivados da associação entre as qualidades, e um, resultado da junção entre as qualidades, sendo considerado como temperamento ideal”. (Strelau, 1998).

Os quatro temperamentos descritos por Galeno são conhecidos por teóricos e leigos. Galeno os definiu sendo nomeados de acordo com os humores do corpo: Tipo sanguíneo – caracterizado por atletas, humor predominante é o sangue; Tipo colérico – pessoas facilmente irritáveis, humor predominante é a bile amarela; Tipo melancólico – pessoas excessivamente tristes, humor predominante é a bile negra e Tipo fleumático – pessoas muito cansadas e lentas, humor predominante é a fleuma.

Pesquisadores, psiquiatras e psicólogos, principalmente do século XX, desenvolveram estudos mais elaborados sobre temperamentos: por que das reações em determinadas ocasiões, e, assim surgiu à teoria de que os comportamentos nasceram das diferenças individuais, associadas às vidas de cada indivíduo, como suas condições financeiras, cultura religiosa, ambições, medos entre outras características que são inerentes ao homem.

De acordo com Strelau (1998):

O temperamento é biologicamente determinado, e a personalidade é um produto do ambiente social; 2) os traços temperamentais podem ser identificados desde cedo na criança, e a personalidade é compartilhada em períodos posteriores do desenvolvimento; 3) diferenças individuais nos traços de temperamento, como ansiedade, extroversão - introversão e busca de estimulação, são também observadas em animais, enquanto a personalidade é prerrogativa do humano; 4) o temperamento apresenta aspectos estilísticos, se referindo a características formais de comportamento, já a personalidade contém aspectos relativos a conteúdos do comportamento; 5) ao contrário de temperamento, que se refere principalmente a traços ou mecanismos, a personalidade está relacionada ao funcionamento integrativo do comportamento humano. (STRELAU, 1998).

Foi o Holandês Gerard Heymans em 1905, quem empreendeu a primeira pesquisa sistemática de temperamento baseando-se em experimentos psicométricos e biográficos, seu objetivo era originar, que, grau de hereditariedade e ambiente contribui para a formação de traços temperamentais. Sua pesquisa foi realizada com a ajuda de Wiersma, onde elaborou questionários para mais de 3000 médicos responderem com intuito de avaliar o comportamento e característica temperamental de famílias que conhecessem. Os resultados trouxeram três tipos de temperamento: a: Emocional; b: Atividade e c: funcionamento primário e secundário. Onde A é inerente à sensibilidade; B ao comportamento operante e C referente ao aspecto temporal do comportamento e do processo psíquico. (Strelau 1994,1998).

4.1 AUTOCONHECIMENTO

O autoconhecimento é uma habilidade que começa a se desenvolver na infância, porém, esse “autoconhecimento” que uma criança tem de si própria está baseada nas críticas das pessoas que convivem com ela, ou até mesmo nas informações simples como, por exemplo: “Julia, não mexa aí, você vai se machucar”. Esse tipo de repreensão passa para a criança que ela é uma pessoa frágil, ou que é

totalmente dependente dos adultos, e, o que seria feito no intuito de proteger, acaba se transformando em uma definição de personalidade. Ela cresce com o pensamento de que é frágil e dependente de outras pessoas, podendo assim, se tornar uma pessoa insegura.

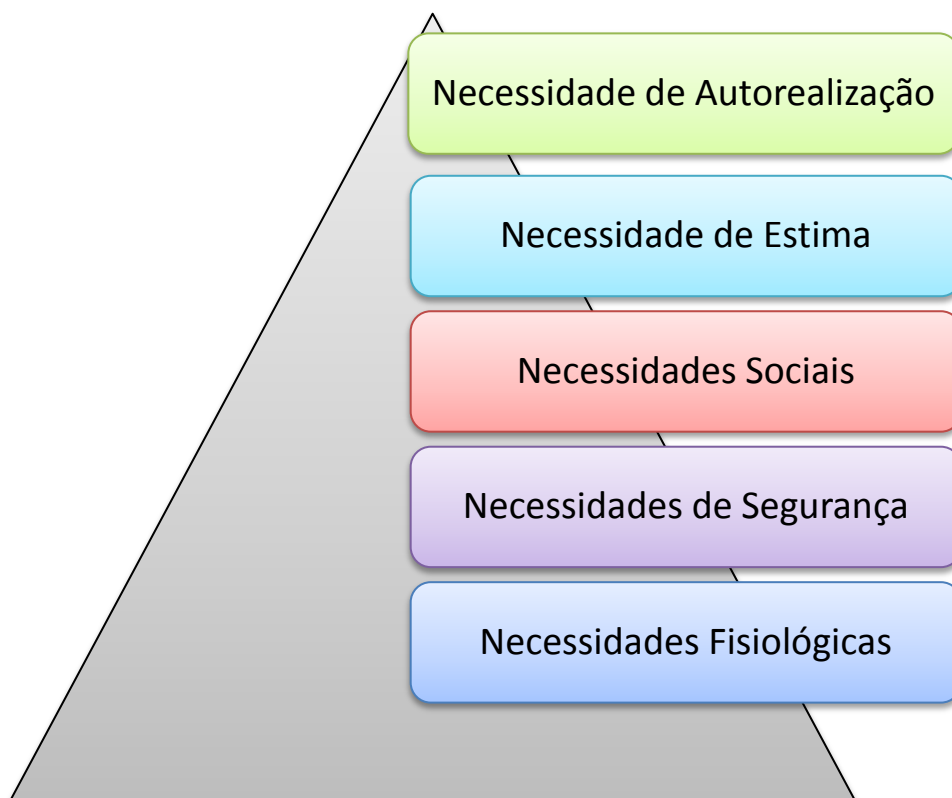
Por outro lado, se essa criança tem uma personalidade forte, ela pode associar que, ela é capaz de pegar aquele objeto que está no auto sem se machucar e sem depender de alguém, caracterizando a autoconfiança.

O domínio do próprio corpo e mente propicia a formação de caráter pessoal e profissional, pois quando a criança passa da fase infantil para a adulta, ela já tem um caráter definido. Essa definição se desenvolve em momentos de reflexão, onde só a mente consegue elaborar uma busca de informações a nosso respeito, que possa nos ajudar a tomar escolhas difíceis em nossas vidas, como por exemplo, a carreira profissional a seguir baseando se em talentos e habilidades.

Existe também a autoimagem, essa também se define na infância, e está associada à beleza, poder aquisitivo, religião, grupo de amigos entre outros. Muitas pessoas possuem características de personalidades que foram traçadas no passado, repercutindo na vida pessoal e profissional, pois é normal que mesmo que o tempo tenha passado, o indivíduo não tenha a flexibilidade de se adaptar ou de desenvolver uma nova postura.

Pessoas com a autoestima baixa tendem a ser mais desanimadas, e geralmente essa baixa estima é causada por fatores da autoimagem que não são tão fáceis de resolver, como por exemplo, a obesidade, o desemprego, a baixa renda etc. A ideologia de que para ser aceito, temos que obedecer a um padrão de vida, existe desde muito tempo. Essa filosofia de que para ser feliz você precisa de um emprego, uma casa, uma família, fazer parte de um grupo de pessoas, vêm sendo discutida por pessoas comuns e filósofos como Maslow, o criador da Teoria das Necessidades.

Figura 1 Pirâmide de Maslow: Teoria das necessidades



Fonte: Hierarquia de necessidades de Maslow

A Teoria das Necessidades de Maslow consiste em cinco pilares: Necessidade fisiológica, que é as necessidades básicas como: fome, sede, abrigo, sono; Necessidade de segurança consiste em necessidades como: emprego, plano de saúde, seguro de vida; Necessidades Sociais incide de afeto, fazer parte de um grupo de pessoas (amizades), carinho; Necessidades de estima provem do reconhecimento pelos esforços, reconhecimento das capacidades pessoais e Necessidades de auto realização; que é quando um indivíduo procura se tornar aquilo o que pode ser na realização de seus sonhos.

Seguindo o pensamento de Maslow, os seres racionais vivem de acordo com a satisfação das necessidades, e, quando uma é suprida a outra é posta em seu lugar fazendo seguir, não exatamente a ordem da pirâmide, as necessidades de motivação.

Podemos medir as condições de vida de muitas pessoas para justificar que a pirâmide de Maslow é uma ideia que nem sempre se adequa a todas as pessoas, como por exemplo: Um jovem que vive com seus pais, que possui poder

aquisitivo de classe média, onde esse jovem não trabalha, mas estaria classificado no segundo degrau da pirâmide, suas necessidades de segurança estariam “supridas” por seus pais, e não por ele, então ele estaria pendendo do segundo degrau da pirâmide?

Não, pois a teoria da motivação de Maslow se refere às condições individuais e não de um grupo de pessoas, porém muitos associam esses degraus aos grupos familiares, que, notavelmente é composto por pessoas diferentes mesmo que convivam no mesmo ambiente e possuam costumes idênticos.

Após essa análise, verifica-se que a busca pelo caminho ideal e pelas realizações é de caráter individual, porém essa individualidade pode ter uma “ajuda” de outras pessoas facilitando as conquistas almejadas. No meio empresarial as redes de contato são ferramentas que proporcionam relacionamentos e facilitam o QI (Quem Indica) propiciando oportunidades de emprego. De fato a ajuda começa entre familiares, sendo assim, a Teoria das Necessidades de Maslow poderia ser reescrita visando que cada degrau que um indivíduo atinge é totalmente dependente do degrau atingido pelo outro, desconstruindo a crença na individualidade.

4.2 PERSONALIDADE VOCACIONAL

O mercado está em constante movimentação, onde a empregabilidade está associada às pessoas que possuem habilidades que possam contribuir para este movimento. Atualmente muitas organizações passaram a definir e exigir um perfil profissional que lhes oferecessem segurança na qualidade de prestação de serviços, a tão conhecida qualificação profissional.

Por conta dessas exigências mercantis, muitos jovens estão procurando cursos profissionalizantes na expectativa de desenvolver suas habilidades e garantir uma vaga no mercado, todavia o mercado não requer somente diplomas, mas personalidades inovadoras, pessoas que gostam de desafios, superar metas, e principalmente estejam dispostos a vestir a camisa da organização. Muitos empresários presumem que esta personalidade pode ser encontrada nas Universidades, porém elas também podem ser encontradas em qualquer lugar se as organizações dessem oportunidades à voz de seus colaboradores.

E como identificar as personalidades vocacionais dentro das empresas? Algumas empresas de grande porte elaboram dinâmicas periódicas que envolvem a participação de seus colaboradores, para analisar o interesse e desenvolvimento individual. Quando uma pessoa gosta do que faz e é comprometida ela demonstra preocupação em fazer um trabalho bem feito e naturalmente se desenvolver, o comportamento desse tipo de pessoa mostra um alto nível de conhecimento sobre a cultura da empresa, esse seria um exemplo de uma personalidade vocacional.

Carson e Bedeian, 1994 Propuseram três dimensões do comportamento com a carreira: Identidade, resiliência e planejamento, onde a identidade está associada com a autoimagem que o indivíduo tem sobre si em questão de seu nível profissional; a resiliência referente ao equilíbrio do estresse causado pela profissão e o planejamento inerente às metas que esse indivíduo traça para atingir seus objetivos na carreira.

Essas dimensões de comportamento sobre carreiras podem ser adaptadas a qualquer profissional, porém os que mais se adequam a esses conceitos são as personalidades empreendedoras, pessoas que se auto avaliam, fazem uma análise do ambiente a sua volta procurando oportunidades ou até mesmo falhas no sistema organizacional, são totalmente equilibradas em relação ao estresse, pois são capazes de se auto motivarem e são natos em planejamento, contudo são pessoas e como seres humanos necessitam de ajuda ou de créditos sobre suas necessidades e ideias.

De acordo com Lassance, 2005, muitos pesquisadores estudaram as diferenças individuais em relação à carreira, a adaptação do indivíduo no trabalho e suas habilidades. Onde é comparado o profissional que possui domínio sobre sua autonomia, planejamento e decisões e o outro que demonstra dificuldades em dominá-las.

Para Holland (1997), os interesses vocacionais estão associados às personalidades, e cada indivíduo possui uma característica diferente, porém similar quando se tratando do mesmo interesse, em termos de profissão, pessoas que atuam na mesma área teriam personalidades e histórico idênticos.

São seis tipos de personalidades vocacionais: Realista; Investigativo; Artístico; Social; Empreendedor e Convencional (RIASEC).

- O *Realista* tende a dar preferencia a atividades racionais, concretas e manipuladoras, geralmente atua com ferramentas e máquinas e possui dificuldades

para se relacionar se mostrando introvertido, esse perfil apresentou uma dificuldade maior em tomar decisões de carreira.

- O *Investigativo* dá preferência por atividades de averiguação teórica, sistemática, criativa de fenômenos naturais e humanos e tem aversão por atividades persuasivas, sociais e repetitivas, esse perfil se mostrou mais aberto às experiências, curiosidades e imaginação, sendo mais fácil de tomar decisões de carreira.

- O *Artístico* dá preferência a atividades mais livres tendo aversão por atividades metódicas, é uma pessoa que percebe mais oportunidades de carreira e de experiências, mas está propenso a ser mais indeciso na questão de carreira, de acordo com Holland (1997), pessoas mais abertas à experiência são mais propensas a indecisões na carreira.

- O *Social* procura atividades com pessoas para educar, treinar, ensinar, curar entre outros, evitam atividades que usam de esforço físico. O *empreendedor* busca atividades interpessoais para criar, persuadir, liderar, obter retornos econômicos evitando atividades de reflexão e teóricas, é extrovertido, mostra habilidade na tomada de decisão e planejamento na carreira. (Sullivan e Hansen, 2004).

- O *Convencional* prefere atividades de manipulação ordenada e sistemática e evita atividades livres e exploratórias, se conforma com as normas e valores culturais e é descrito como metódico e disciplinado.

Holland (1997) também sugere que a capacidade de lidar com a mudança de emprego ou desemprego está associada às habilidades Sociais, sendo assim o RIASEC seria na seguinte ordem: Social, Empreendedor, Artístico, Investigativo, Convencional e Realista.

5 PEP – PLANO EMPREENDEDOR PESSOAL

Pode ser explicado como sendo uma lista de desejos feita por uma pessoa, essa “lista” é composta pelos objetivos individuais, montada de uma forma enxuta ou em tópicos. Ajuda a planejar o futuro de forma mais estruturada, visualizar possibilidades ou inviabilidades que podem afetar a vida pessoal e profissional.

Muitas pessoas não se preocupam em montar um PEP, por tanto não fazem planos para o futuro, e, conseqüentemente não possuem a habilidade de prever possíveis obstáculos e driblá-los. Já as pessoas capazes de por em um papel seus sonhos e objetivos, são as que conseguem seguir uma coordenada, sabendo também quando seus planos estão sendo ameaçados de acordo com o planejado e com a situação.

No sentido profissional o PEP tem a mesma função: Direcionar um indivíduo a seus objetivos, permitindo prever situações de risco e dominá-las. Contudo planejar quais passos dar não significa sucesso, pois pode acontecer da vida se encarregar de mudar totalmente o caminho já definido, trazendo oportunidades que muito das vezes acarreta a desconstrução dos objetivos anteriores fazendo existir uma nova meta.

É importante ressaltar que cada tópico de uma PEP deve conter um prazo para realização e a revisão desses tópicos deve ser feitos com frequência, pois a probabilidade de variação no cenário contrafaz os resultados dos objetivos de forma negativa.

6 EMPREENDEDOR – CONCEITOS E TIPOS

6.1 CONCEITOS

Segundo Diniz (2009) o empreendedor não é nenhum mutante do mundo dos negócios, o empreendedor é aquele que desenvolve a arte de empreender de mudar e conquistar, pode ser considerado o motor da economia, é um agente transformador. Diferente do que muitas pessoas pensam empreendedores não são necessariamente aqueles que abrem um negócio e sim aquelas pessoas cujas características fogem do princípio imutável, ou seja, um empreendedor é visionário e inovador ao extremo, seu foco não é ficar parado. A regra é quebrar regras e provar que tudo é possível com muita dedicação e empenho, desde as simples coisas até a construção de novos pensamentos, metodologias e práticas.

Dolabela (2008, p. 23) enfatiza que o empreendedor conhece a si mesmo e o seu dia a dia, conseguindo adaptarem-se com desenvoltura às mudanças impostas por sua rotina, consegue ser líder e relacionar-se bem, trazendo para próximo de si ajuda e pessoas capacitadas que passam ser aliadas para a realização de seus sonhos e projetos.

Dolabela (2008, p. 24) acrescenta que a visão criada sobre o empreendedor, é a de uma pessoa que se importa apenas em ganhar dinheiro, isto é um equívoco, um empreendedor visa lucrar sim, porém suas ações estão voltadas para o crescimento econômico e desenvolvimento da coletividade. A vontade de vencer e ser beneficiado pelo ótimo trabalho feito é a maior satisfação para seu ego, é sua realização.

Schumpeter (1934), citado por Dolabela (2008, p. 23) associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, a inovação e ao aproveitamento de oportunidades e negócios.

Para Filion (1991), citado por Dolabela (2008, p. 23) um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.

6.2 TIPOS DE EMPREENDEDORES

O espírito empreendedor encontrasse oculto em cada ser, pois ninguém nasce predestinado a empreender e muito menos herda traços para tal ato.

Antigamente existiam métodos com base nos traços de personalidade de uma pessoa, que definiam se ela possuía ou não características e condições para empreender. No entanto, estudos mais avançados concluíram que a pessoa se define empreendedora devido às influências existentes, como por exemplo: influência familiar, pelas condições econômicas e culturais da região, pela educação, entre outras condições. O espírito empreendedor não se encontra somente naqueles que abrem um negócio, mas também em diversos profissionais espalhados em uma sociedade, pode ser encontrado nos músicos, nos escritores, nos médicos, nos funcionários públicos, nos políticos, etc. Cada sociedade tem o Empreendedor que merece devido a sua influência.

Apesar de ser aprendido, o empreendedorismo torna-se pouco desenvolvido em ambientes desfavoráveis, como em uma sociedade economicamente estável, com grande volume de vagas de empregos disponíveis, pela racionalidade em separar trabalho e sonho e pela falta de necessidade em empreender para sobreviver.

O Brasil mesmo com suas limitações consegue destaque quando o assunto é empreender. Com mais de 5 milhões de pequenas empresas espalhadas em todo seu território, o Brasil ostenta o status de ser um país empreendedor. “Creio que o Brasil é atualmente um dos países onde poderia haver uma grande explosão empreendedora. Só os brasileiros têm poder para que isso aconteça”. (FILION, 1999, p.18)

Ao consultar a obra de José Dornelas EMPREENDEDORISMO PARA VISIONÁRIOS (2014), nota-se que o autor cita alguns tipos de empreendedores comuns no Brasil e no mundo. Dornelas ainda evidencia a seus leitores que com o passar dos anos e a evolução das atividades empreendedoras, novas denominações para novos tipos devem surgir.

Dornelas (2014) sintetiza algumas qualidades de cada tipo de empreendedor:

- O Empreendedor por Necessidade: Esse tipo de Empreendedor surge pela falta de oportunidade no mercado de trabalho. Por não restar-lhe outra opção, opta em abrir um negócio próprio quase sempre começando suas atividades autônomas através do mercado informal. Não possui as técnicas necessárias e muito menos um plano de negócios formalizado, por mais que trabalhe arduamente sofre demais para obter um bom retorno financeiro. Tendo atuação no mercado informal sem emissão de qualquer tipo de nota fiscal, deixa de contribuir para o desenvolvimento econômico do país, não arrecadando os impostos devidos. Seus procedimentos são escassamente inovadores e seus projetos pouco estruturados.

- O Empreendedor Planejado: Planejar é o grande aliado deste Empreendedor, tendo em mente que um bom planejamento pode lhe oferece maiores chances de se alcançar os objetivos traçados. É considerado mundialmente o tipo de Empreendedor mais completo. Ainda não existem muitos Empreendedores com essa filosofia, mais quase sempre estão entre os mais bem sucedidos. Tendo tudo em mãos estruturado, minimiza os riscos com uma visão mais clara das metas pré-estabelecidas.

- O Empreendedor Nato: Dentre os tipos de Empreendedores, este é o mais comum, pois grande parte deles constituem histórias de vida brilhantes, que quase sempre se tem início do zero. Com muita determinação e empenho conseguem construir grandes impérios, servindo de inspiração para os mais novos no ramo. Destacando-se mais pelo seu caráter do que pela formação profissional. Seu objetivo é buscar um negócio sólido e sustentável, que se torne duradouro por várias gerações. Costumam serem visionários, otimistas, ambiciosos e costumam se dedicar por inteiro a seus projetos.

- O Empreendedor Oportunista: Possui espírito Empreendedor, mais se limita muito a oportunidades pontuais, dando ênfase a resultados em curto prazo. Não está muito preocupado com os riscos, tendo muita coragem para investir tempo e dinheiro nesses projetos. Não deseja construir nenhum reinado, apenas em captar recursos ao menor tempo possível. É o tipo aventureiro dos negócios.

- O Empreendedor por Ocasão: Não se preocupa em Empreender, seu objetivo principal é buscar crescimento profissional dentro de uma grande empresa. Parte para o ramo empreendedor com o surgimento de oportunidades inesperadas. Abre um negócio próprio sendo requisitado a participar de uma sociedade, ou por ser experiente em uma determinada área, partindo assim para um novo desafio. Por

não esperar tornar-se dono de um negócio e assumir os riscos, tem que se preparar para aprender a lidar com a rotina empreendedora e se envolver com as demais áreas e departamentos do negócio.

- O Empreendedor Serial: O Empreendedor Serial é um profissional dinâmico, está ligado a todo tipo de especulação, buscando sempre se comunicar com as pessoas com o intuito de colher informações que o ajudem a empreender constantemente, é comum estar envolvido em mais de um projeto ao mesmo tempo, pois um negócio só não é o suficiente. Costuma participar de muitos eventos, fazer *networking* (*representa uma rede de contatos, diz respeito às pessoas que um indivíduo conhece e aos relacionamentos pessoais, comerciais e profissionais que mantém com elas*) e buscar sempre ampliar seu rol de relacionamento. Não gosta de ser considerado um executivo, preferindo usar seu capital intelectual para novas ideias, mais é um líder nato capaz de manter equipes motivadas e ativas a todo instante. Se sente realizado e feliz por transformar uma oportunidade em um negócio rentável. Capitar recursos que o ajude na realização de seus projetos também é uma de suas qualidades. Carrega consigo algumas histórias de fracasso em negócios.

- O Empreendedor Corporativo: É um Empreendedor de destaque dentro das organizações, são colaboradores executivos de muita competência. Desenvolvem um bom *networking* tanto dentro quanto fora da organização. Assumem constantemente riscos ousados e são extremamente ambiciosos, procurando sempre integrar suas ideias ao corpo empresarial. Seu espírito de liderança e excelente comunicação ajudam o, a contagiar os colaboradores em integrar o seu time. Adoram metas ousadas que possibilitem ganhar mais que o seu próprio salário.

- O Empreendedor Social: Esse Empreendedor é considerado diferenciado por pensar no bem da coletividade, não está preocupado em acumular um patrimônio próprio. Busca constantemente construir um mundo melhor com oportunidades para todos. Ações humanitárias são os tipos de projetos que ele mais se identifica. Suas realizações pessoais ficam para segundo plano.

- O Empreendedor Herdeiro: Esse tipo Empreendedor é um dos mais privilegiados, pois já tem o plano de negócios em ação, geralmente assume o controle pelo falecimento de algum familiar, mais sua vida não é nada fácil. Desde cedo ele já é eleito como futuro Sucessor no comando do negócio, tendo de se

dedicar ao aprendizado, para no momento certo estar pronto para o desafio e ser um bom Gestor. É um tipo de empreendedor que oscila bastante, enquanto uns continuam prosperando com a inovação, outros agem de maneira mais conservadora. Muitas famílias conseguem permanecer no auge por muito tempo pela maestria em trabalhar com o negócio, mas está cada vez mais difícil esse tipo de transmissão, pelo fato de as empresas familiares estarem adotando profissionais qualificados fora do quadro familiar.

7 EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

Nos dias de hoje um dos assuntos mais comentados e estudados é sobre o desenvolvimento sustentável, o empreendedorismo hoje faz parte da vida de toda a humanidade e foi a partir dele que mudanças em relação ao desenvolvimento sustentável ocorreram. Muitas empresas procuraram fomentar o ramo do desenvolvimento sustentável de seus países, sendo eles econômicos sociais ou políticos, pensando apenas no desenvolvimento e crescimento econômico, embora diante de tanto crescimento e inovação os meios naturais começaram a serem destruídas, e com isso muitas das matérias primas começaram a ficarem escassas. Foi então que na década de 70 ocorreram às primeiras atenções de maneira em comum com os recursos naturais, que seriam eles água o ar e a vida selvagem.

Em 1971 surgiu o acordo de Copenhague, que visava à cooperação entre estados escandinavos, com o foco na proteção contra a poluição dos mares, a Convenção de Bruxelas que criaria um fundo de indenização para os danos similares e a convenção de Ramsar que seu foco era a importância da conservação das zonas úmidas internacionais. Já em 1972 foi se dano uma importância relevante à convenção de Londres, cujo seu foco principal seria a proteção das focas da Antártida, na mesma época foram criadas as conferencia de Estocolmo, que marcou o inicio da formulação da questão do meio ambiente global, visando objetivos de politicas publicas, a convenção organização das nações unidas para a educação, a ciência e a cultura, que tratava da questão de proteção do patrimônio mundial, cultural e natural, e também o chamado relatório do clube de Roma que levaria as atenções do mundo sobre a importância dos recursos naturais, modelos de consumo e crescimento demográfico.

Com todo esse processo em desenvolvimento e estudos sobre a destruição dos meios naturais, na década de 80 o foco de sua preocupação ficou nos problemas gerados pelos produtos químicos, resíduos, materiais radioativos e entre outras substancias perigosas. Em 1982 foi publicada a carta mundial da natureza, surgindo então pela primeira vez o termo sustentabilidade. A partir dai vários focos ficaram sobre a atenção mundial, em 1987 surgiu o protocolo de Montreal sobre a importância da atenção à camada de ozônio.

A partir de então vários outros tratados foram criados, embora todos com os mesmos focos, levando em consideração que um dos maiores destaque em relação ao assunto, foi da década de 90 com a Cúpula da Terra, também conhecida como ECO 92, à mesma contou com a participação de representantes de inúmeros países e foi realizada no Rio de Janeiro, o objetivo era apresentar a importância fundamental da proteção ao meio ambiente no meio das políticas públicas, mostrando assim o desenvolvimento e a melhoria que isso causaria para o mundo em geral, puxando desta forma políticos para este campo, e por consequência empresários e novas invenções gerando lucro e benefícios. Ou seja, a década de 90 foi o momento em que a quantidade de eventos ambientais se elevou, afinal conforme o tempo se passava mais escasso estaria ficando as matérias primas e pode se observar as mudanças que estariam acontecendo a cada dia mais com as devastações.

A Rio 92 veio mesclar os conceitos de ecologia com desenvolvimento sustentável, dando maior ênfase à sustentabilidade sócio-econômico-ambiental, numa tentativa de sensibilizar os indivíduos sobre a importância de cuidar da natureza para que as futuras gerações possam gozar de seus recursos.

Durante as décadas de 70, 80 e 90 foram essenciais para o despertar das nações referente à preocupação com o meio ambiente, porém até este momento acreditavam e estes problemas estariam sendo causados principalmente pelos países ricos e a solução para estes problemas deveriam vir apenas deles, a participação dos países desenvolvidos, juntamente com os em desenvolvimento e até mesmo com os subdesenvolvidos, veio a acontecer a partir do século XXI, momento em que já não se podia ignorar o fato de que as nações dependiam da conservação do meio ambiente para poderem se desenvolver e estar aptas à sobrevivência das futuras gerações.

Diante de todas as preocupações referentes aos meios naturais, as empresas e os empreendedores se viram de certa forma obrigados a trabalharem visando o bem estar de todos em um curto, médio e longo prazo, com isto o modo “empreendedorismo egoísta” dos que buscavam vantagens e lucros só para si foi obrigado a ser deixado para trás, em outras palavras os empreendedores que produziam um modo de vida não sustentável ou até mesmo destrutivo tiveram que se adaptar às mudanças proporcionando assim o seu continuo sucesso nos negócios. Pode-se dizer que o empreendedorismo sustentável foi obrigado a

evoluir, diversas necessidades foram aparecendo e junto com elas novas soluções foram sendo desenvolvidas, assim como no surgimento do empreendedorismo o governo teve sua extrema importância, na evolução do empreendedorismo sustentável não foi diferente, o governo sempre participou diretamente contribuindo com algumas ações importantes como a educação e criação de oportunidades, e isso sem dúvida alguma possibilitou novas criações e evoluções inovadoras pelos empreendedores.

O desenvolvimento econômico dos países sempre foi um assunto muito discutido quando se fala em globalização, desde sempre o empreendedorismo participou desde desenvolvimento, mas de certa forma alguns pensamentos mudaram em relação ao surgimento de novas ideias. Tudo estava muito claro que para o desenvolvimento do país continuar progredindo precisaria se voltar às atenções para os meios naturais, as matérias primas estavam ficando cada vez mais escassas. Outro fator muito preocupante são os lixos, desde que o mundo é mundo ele existe, embora com a população em constante crescimento o seu volume começou a aumentar de maneira incontrolável e algo precisava aparecer para tentar resolver o mais breve possível este problema.

O empreendedorismo tem papel fundamental no desenvolvimento sustentável de um país, uma vez que ele necessita de inovações e geração de novos produtos e serviços que se adeque aos meios tanto do mercado quanto da natureza.

O empreendedorismo modifica a forma de fazer negócio e revoluciona para um novo mundo, diante disso fica clara a importância dos empreendedores para a construção de uma sociedade altamente consistente e autossustentável, visando também contribuir com a geração de uma sociedade em que o progresso se dê de maneira integrada e sustentável.

Um dos recursos mais utilizados até dos dias de hoje é a reciclagem, seja ela realizada industrialmente ou manual. A reciclagem embora pareça um conceito novo que ficou conhecido na década de 70, ela já existe a milhares de anos, antes mesmo da era industrial, não era possível produzir bens rapidamente e a baixo custo, diante disso todos praticavam a reciclagem seja ela de qualquer forma, ou com qualquer material. O maior problema que ocorreu afetando assim a natureza de forma descontrolada foi às produções em grandes quantidades e acreditando que a "mãe natureza" daria conta se de recompor e infelizmente isso acabou não

acontecendo, esse tema se tornou tão necessário que nos dias de hoje muitas empresas fazem seu marketing em cima de sua importância e investimento com os meios naturais.

Uma visão empreendedora pode mudar o modo de vida de uma sociedade e até mesmo de um país, várias empresas nos tempos atuais procuram cultivar suas próprias matérias primas, ou seja, de acordo com que a natureza precisa ser utilizada para a fabricação de um produto, uma nova árvore é plantada no lugar e assim conseqüentemente, outras empresas implantaram a reutilização de seus produtos, um bom exemplo para isso são as empresas de refrigerantes e cervejas, suas latas e garrafas pet sofrem um processo de reciclagem, sendo então reutilizadas posteriormente, um grande estímulo para este processo acabou sendo os ferros velho, onde as pessoas juntavam seus materiais e posteriormente as vendiam, e com isso todos de alguma forma acabavam lucrando.

Figura 2 Processo de Reciclagem



Fonte: Associação Brasileira do Alumínio

Para o reaproveitamento de matérias ou mais conhecido como reciclagem existem varias formas, alguns métodos acabam não chegando a passarem por nenhuma industrialização, alguns exemplos encontrados focam na utilização de garrafas pet. Pessoas desconhecidas embora com ideias empreendedoras virem na garrafa pet à utilização como um regador de jardim e vasos para plantas. Não se

existe data para estas transformações, simplesmente elas aconteceram de acordo com algumas necessidades e capacidade de criar algo novo e com algum objetivo.

Figura 3 Irrigador Reciclável



Fonte: Espaço Decorado

Figura 4 Vasos Recicláveis



Fonte: Decoração de Apartamentos e Casas

Hoje existem diversas invenções que ocorreram por necessidade, o empreendedor sustentável ele esta por todos os cantos do mundo, sem duvida

alguma não existem indústrias e nem ao menos uma sociedade em um país falido, um país onde não se existe mais condições de vida humana, o homem tem a capacidade de melhorar a situação em que se encontra e muitos levam isso como uma motivação.

O empreendedor tem o potencial de mudar a sua cidade, seu país e o mundo, a cada ideia e atitude algo se modifica, procurando desta forma ficar a cada dia mais próximo de atingir os objetivos e necessidades de um todo.

8 DIFERENÇAS E SEMELHANÇAS ENTRE O ADMINISTRADOR E O EMPREENDEDOR

Segundo a teoria Neoclássica, o administrador tem como função os elementos da Administração, ou seja, planejamento, organização, direção e controle. No início do século XX Henry Fayol divulgou que o trabalho de um administrador é prever, organizar, comandar, coordenar e controlar, com o passar dos anos outros autores clássicos e neoclássicos complementaram esse conceito e reformularam essa ideia, como mostra a tabela abaixo:

Tabela 1 Conceitos administrativos segundo alguns autores

Fayol	Urwick	Gulick	Koontz e O'Donnel	Newman	Dale
Prever	Investigação	Planejamento	Planejamento	Organização	Planejamento
Organizar	Previsão	Organização	Organização	Planejamento	Organização
Comandar	Planejamento	Administração de Pessoal	Designação de Pessoal	Liderança	Direção
Coordenar	Organização	Direção ou Comando	Direção	Controle	Controle
	Coordenação	Coordenação	Controle		
	Comando	Informação			
	Controle	Orçamento			

Fonte: Idalberto Chiavenato (1983, p.178).

Hampton (1991, *apud* Dornelas, 2008, p.16) afirma que os administradores se diferenciam em dois aspectos: O nível hierárquico, identificado como supervisão, médio e alto e o conhecimento que detêm.

Um estudo realizado por Kotler (1982, *apud* Dornelas, 2008, p.16) mostra como os gerentes eficientes realmente agem. Segundo ele, esses gerentes criam, modificam agendas e desenvolvem redes de relacionamentos cooperativos, são especializados e muitos deles se tornam ambiciosos, buscando sempre o poder,

possuem um comportamento imparcial e muito otimismo. Analisando esse estudo podemos dizer que o empreendedor e administrador possuem pontos em comum, aonde o empreendedor é um administrador, mas com alguns pontos diferentes dos gerentes ou executivos organizacionais.

Para Dornelas (2008) o empreendedor é um administrador com características extras, aonde os empreendedores são mais visionários, fazendo sempre um plano de negocio para garantir que tudo seja administrado corretamente. O empreendedor de sucesso possui alguns atributos pessoais que vão além dos administradores. Eles têm uma ideia, uma inovação, e dela vem à empresa.

Ainda segundo Dornelas as diferenças entre os domínios empreendedor e administrativo se comparam em cinco dimensões distintas de negócio: orientação estratégica análise das oportunidades, comprometimento dos recursos, controle dos recursos e estrutura gerencial.

O empreendedor de sucesso tem uma característica única, no qual ele conhece o negócio onde atua como poucos administradores, sendo esse o motivo de muitas empresas fecharem as portas no começo. Segundo uma pesquisa divulgada pelo IBGE em 2010 de 464.700 empresas que começaram em 2007, 76,1% ainda estava no mercado em 2008, 61,3% continuaram até 2009 e apenas 51,8% estavam no mercado em 2010, ou seja, 48,2% fecharam as portas em apenas três anos. As principais razões para o fechamento precoce dessas empresas é a falta de planejamento e o descontrole na gestão. Por isso é necessário que o administrador seja criativo para manter a empresa em igualdade com os concorrentes, assim como o empreendedor necessita ter um domínio da função administrativa no nível de sua inovação.

Existem diferenças e semelhanças entre o administrador e o empreendedor aonde um administrador nem sempre é um empreendedor, mais um empreendedor precisa ser um bom administrador para que sua empresa alcance o sucesso desejado. Independente de a empresa ser uma inovação ou algo comum no ramo empresarial é necessário ser administrada por pessoas com um bom domínio administrativo.

9 MULHER EMPREENDEDORA: A CONQUISTA DE DÉCADAS

Segundo o Artigo 113, inciso 1 da Constituição Federal de 1934, "Todos são iguais perante a lei". Essa é a realidade? Quando o movimento feminista começou a adquirir características de ação política, as mulheres vêm tentando colocar essa lei em prática.

Tudo começou com as I e II Guerras Mundiais quando as mulheres passaram a assumir os negócios da família, pois os homens iam para as frentes de batalha, levando-as a ocupar sua posição no mercado de trabalho. Com o fim da guerra, muitos homens foram mortos e outros mutilados por lutarem pelo país, com isso as mulheres sentiram-se na obrigação de assumir os projetos e o trabalho de seus maridos.

Em 1975 surge a "Década da mulher" devido às constantes lutas do movimento feminista, que realizaram vários encontros organizados para por fim na discriminação da mulher, colocando-a nos planos de desenvolvimento. A partir disso a mulher obteve diversas conquistas, incluindo seu espaço no mercado de trabalho. Mesmo com essas conquistas, as mulheres enfrentaram algumas formas de exploração que duraram muito tempo. Diferença salarial acentuada e jornada de trabalho entre 14 e 18 horas eram comum no trabalho feminino, tendo como justificativa o fato do homem trabalhar e sustentar a mulher, alegando não haver necessidade de a mulher ganhar um salário igual ou superior ao do homem.

Atualmente, podemos perceber uma grande mudança no perfil das mulheres, que no passado apenas executavam tarefas tradicionais. Elas competem de igual para igual com os homens e em determinadas tarefas, conseguem se sobressair.

9.1MULHER EMPREENDEDORA: O AVANÇO.

As mulheres estão conquistando espaço não apenas no mercado de trabalho, mas também na área do empreendedorismo. Segundo uma pesquisa

realizada pelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor) em parceria com o SEBRAE, só na região nordestina elas formam 51,8% do mundo empreendedor, superando a média nacional de 49,6%.

Na década de 80, muitos estudos sobre a mulher empreendedora foram realizados na tentativa de traçar o perfil psicológico ou comportamental dessas mulheres. Segundo um estudo realizado por Hisrich (1987), as características de personalidade que dominam o perfil da mulher empreendedora são: ativas, persistentes e inclinadas a inflamar os outros. Muitas mulheres se tornam empreendedoras pelo desejo de autonomia e de se sentirem realizadas.

Turner (1993) diz que para cada cinco empresas criadas na Grécia, Espanha, Itália, Irlanda e Reino Unido uma era iniciada por mulher, sendo uma para cada quatro na França e uma para cada três na Alemanha e na Dinamarca. Atualmente no Brasil o número de mulheres empreendedoras tem crescido consideravelmente, elas encontram motivação e reconhecimento de diversas formas. Um exemplo disso é o prêmio “Mulher de Negócio” promovido pelo SEBRAE, aonde as mulheres empreendedoras inscrevem suas histórias e concorrem em três modalidades, tendo suas histórias divulgadas, há também sites que ensinam a empreender, dando dicas, exemplos e assistência à mulher.

Contudo, o Brasil tem se tornado um país com alto índice de empreendedorismo feminino, como mostra um estudo realizado pelo SEBRAE, apontando a distribuição das mulheres empreendedoras por unidade de federação, ilustrada na tabela abaixo.

Tabela 2 Distribuição das mulheres empreendedoras no país

Unidade da Federação	Número de empreendedoras	% de Empreendedoras
São Paulo	1.434.316	20,9%
Minas Gerais	647.530	9,4%
Rio de Janeiro	573.043	8,4%
Rio Grande do Sul	547.783	8,0%
Bahia	471.920	6,9%
Paraná	445.005	6,5%
Santa Catarina	308.803	4,5%

Pernambuco	288.146	4,2%
Pará	280.497	4,1%
Ceará	268.291	3,9%
Goiás	237.042	3,5%
Maranhão	215.278	3,1%
Espírito Santo	143.734	2,1%
Amazonas	113.989	1,7%
Paraíba	106.971	1,6%
Mato Grosso	103.737	1,5%
Piauí	96.736	1,4%
Mato Grosso do Sul	90.764	1,3%
Distrito Federal	88.321	1,3%
Rio Grande do Norte	87.088	1,3%
Alagoas	81.717	1,2%
Sergipe	75.563	1,1%
Rondônia	57.705	0,8%
Tocantins	38.498	0,6%
Amapá	20.231	0,3%
Acre	18.361	0,3%
Roraima	11.952	0,2%
Brasil	6.853.021	100,0%

Fonte: Elaborado pelo SEBRAE-SP a partir de IBGE. Censo Demográfico 2010

O estado de São Paulo contribui com 20,9% do empreendedorismo feminino nacional, a pesquisa mostra a distribuição de empreendedoras nas regiões do Estado de São Paulo, o numero de mulheres nessa região são altos, como mostra a tabela abaixo:

Tabela 3 Empreendedoras por regiões do estado de São Paulo

Região	Conta Própria	Empreendedoras	% de Empreendedoras
--------	---------------	----------------	---------------------

Capital (6ERs)	405.191	451.219	31,5%
Grande ABC	75.707	84.555	5,9%
Campinas	71.646	81.227	5,7%
Osasco	68.864	74.673	5,2%
Sorocaba	58.284	65.006	4,5%
Baixada Santista	56.785	63.038	4,4%
Guarulhos	48.209	52.890	3,7%
São José dos Campos	46.759	52.456	3,7%
Piracicaba	42.839	48.075	3,4%
Ribeirão Preto	41.140	46.645	3,3%
São José do Rio Preto	37.308	41.430	2,9%
Alto Tietê	38.130	40.580	2,8%
Bauru	29.956	33.887	2,4%
Jundiaí	29.901	33.578	2,3%
São Carlos	26.440	30.283	2,1%
Presidente Prudente	22.626	26.260	1,8%
São João da Boa Vista	21.748	24.331	1,7%
Araçatuba	21.224	24.323	1,7%
Guaratinguetá	21.015	23.331	1,6%
Marília	20.471	23.167	1,6%
Franca	20.551	23.026	1,6%
Araraquara	18.412	20.907	1,5%
Votuporanga	14.884	16.681	1,2%
Barretos	11.555	12.746	0,9%
Botucatu	10.706	12.149	0,8%
Ourinhos	9.684	11.212	0,8%
Sudoeste Paulista	8.194	9.023	0,6%
Vale do Ribeira	7.162	7.609	0,5%
Estado de São Paulo	1.285.391	1.434.307	100,0%

Fonte: Elaborado pelo SEBRAE-SP a partir de IBGE. Censo Demográfico 2010

Segundo um estudo realizado pela consultoria EY (antiga Ernst & Young), o Brasil é o país com maior proporção de empreendedorismo feminino entre os países do G-20, formado pelas 20 maiores economias do mundo. A pesquisa realizada em 2013 mostra o Brasil com 10,4 milhões de mulheres empreendedoras, uma proporção maior que os países da Argentina (12%), México (10%) e Austrália (6,5%). Essa pesquisa aponta ainda que essas proporções de mulheres empreendedoras é resultado do Programa Nacional Trabalho e Empreendedorismo da Mulher, ligada ao governo federal e ao SEBRAE.

9.2 POR QUE EMPREENDER?

Estudos mostram que os motivos para as mulheres abrirem empresas são diferentes. Elas empreendem por que: desejam se tornarem independentes e realizadas, encontraram dificuldades em crescer na carreira profissional em outras empresas, uma grande necessidade de sobrevivência e muitas vezes como forma de conciliar trabalho, casa e família.

O numero de micro e pequenas empresas dirigidas por mulheres, em algumas regiões, ocupam índices igual ou superior aos homens, um exemplo disso é a Finlândia, onde os hotéis, restaurantes e subsetores ligados á área social e aos serviços de saúde foram empreendidos por mulheres.

Muitos homens e mulheres possuem os mesmos motivos para iniciarem seu próprio negocio como desejo de realização e autonomia, porem as mulheres possuem motivos de outra natureza, como conciliar trabalho e família e a insatisfação com a carreira que obteve anteriormente. Na tentativa de obter um horário mais flexível para conciliar trabalho e família muita mulheres iniciam seu próprio negocio, principalmente aquelas que possuem filhos pequenos, pois algumas interrompem sua carreira por causa do nascimento do filho e retornam ao mercado de trabalho como empreendedoras.

Há também aquelas que se casaram cedo e não tiveram uma carreira profissional, se dedicando somente a casa e a família, mas quando seu casamento não dá certo, elas precisam encontrar um meio de sustentar seus filhos, surge ai a ideia de empreender. Muitas mulheres se veem obrigadas a começar seu próprio

negocio como meio de renda para sua sobrevivência e dessa dificuldade surge várias histórias de empreendedorismo que tornam a mulher brasileira uma vencedora.

Porém, isso não significa que o empreendedorismo seja a única alternativa profissional para as mulheres. Pois elas criam empresas não só por razões econômicas, mais também por razões sociais e psicológicas.

10 ATITUDES EMPREENDEDORAS DE SUCESSO

Segundo Alonso (2014), a busca pela autonomia profissional abre espaços para quem deseja ter seu próprio negócio, porém nem todos tem perfil para empreender. Quem deseja empreender deve cuidar para ter comportamentos condizentes com a sua opção. O desenvolvimento de práticas e atitudes empreendedoras é um passo importante e essencial para criar um negócio de sucesso.

Para poder empreender é necessário muito mais talento intelectual do que dinheiro. Se você está procurando uma forma de empreender, tanto com um negócio próprio ou elaborando uma estratégia que possa revolucionar alguma área dentro de uma empresa, saiba, algumas características e atitudes devem ser expostas para um bom desenvolvimento. Tenha consigo sempre o controle sobre finanças e ideias, procurando utilizar os recursos que estiverem ao seu alcance. Jamais se esqueça dos riscos que devem ser encarados e nunca desista, sim insista, pois nada é impossível de ser transformado. É importante refletir sobre seus conhecimentos e busque aprender cada vez mais. O mercado esta sempre em atualização e precisa incessantemente de novos empreendedores, de suas atitudes e projetos.

Ainda para Alonso (2014), existem algumas características e atitudes essenciais que podem ajudar na hora de empreender:

- Estabelecimento de metas: Definir com clareza os objetivos a serem alcançados, de maneira que sejam desafiadores e atingíveis tanto a longo ou curto prazo.
- Planejamento e gestão de tempo: Ter um planejamento e monitorar todas as atividades, prezando por organizar tarefas e ações direcionadas, com prazos definidos, é fundamental.
- Iniciativa: É o que todo empreendedor de sucesso deve possuir. Os empreendedores de sucesso possuem a capacidade de lidar com o desconhecido e antecipar-se aos fatos, contribuindo para criar novas oportunidades de negócios, reconhecendo tendências do mercado e propondo soluções inovadoras.

- **Informações:** Informar-se constantemente sobre o que os clientes precisam ou querem consumir é fundamental para que o empreendedor consiga formular ideias que possibilitem o alcance de novas oportunidades. Estando informado sobre os acontecimentos mercadológicos, o empreendedor se sentirá mais preparado para propor soluções que sejam criativas e flexíveis.

- **Qualidade:** Um empreendedor que almeja alcançar sucesso consegue encurtar o caminho para tal através da ênfase na qualidade, buscando oferecer a seu público alvo o melhor produto. A eficiência e a qualidade são ferramentas que trazem inúmeros benefícios a um empreendedor.

- **Persistência:** Na elaboração de um plano de negócios ou no desenvolvimento de uma nova ideia é comum o aparecimento de falhas, por isso a persistência se torna aliada direta do empreendedor. Persistir é um fator determinante para se alcançar resultados, exigindo jogo de cintura, para então contornar situações que possam trazer riscos ao negócio.

- **Comprometimento:** Uma atitude que favorece exclusivamente um empreendedor é o comprometimento, que deve estar relacionado diretamente com as atividades e objetivos traçados. A entrega ao comprometer-se com o trabalho aumenta significativamente as chances de se obter sucesso.

- **Rede de contatos:** Fazer um bom *networking* e relacionar-se bem com sua rede de contatos é essencial para futuras negociações e o carro chefe para um empreendedor conseguir novas oportunidades.

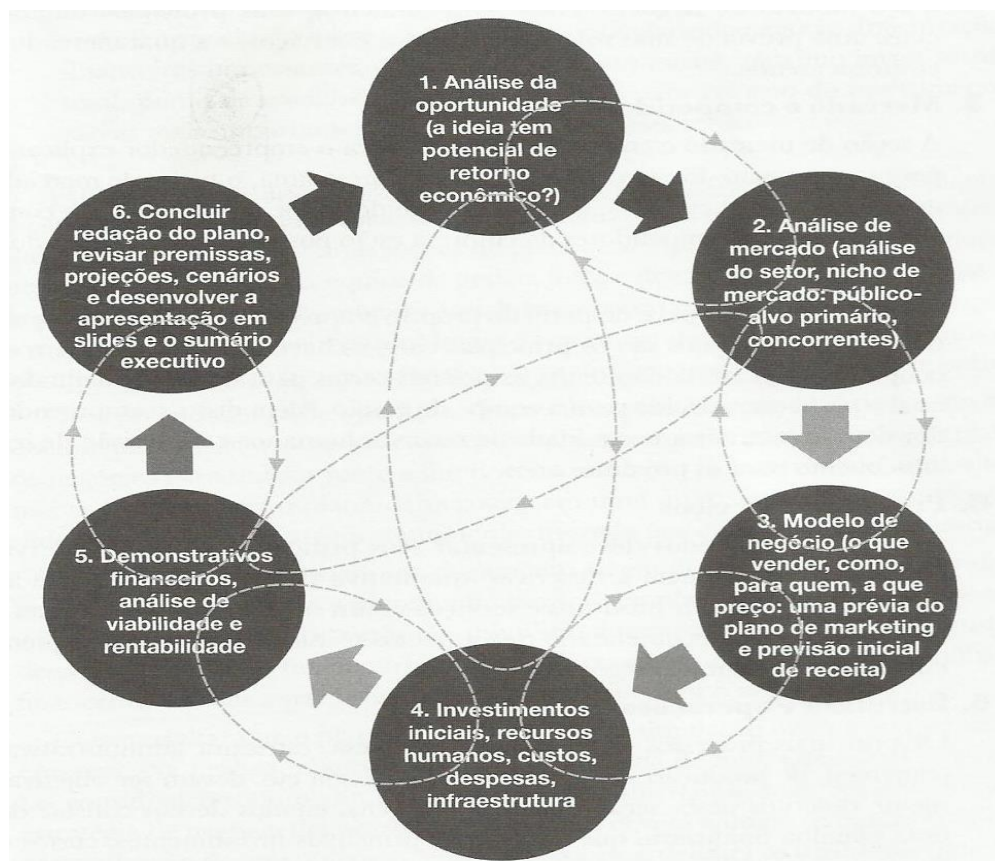
11 O PLANO DE NEGÓCIOS

De acordo com Dornelas (2014, p. 180).

O plano de negócios é a ferramenta de gestão do empreendedor. Não se trata apenas de um documento escrito em poucas páginas, mas de um guia que permite ao empreendedor descrever sua visão de negócios e definir as estratégias de crescimento para sua empresa. Sua estrutura envolve diversas seções e deve ser escrita de maneira objetiva, acompanhada de uma planilha financeira que apresente em detalhes todas as premissas utilizadas para o desenvolvimento futuro da empresa. Além de servir como documento interno da empresa, o plano de negócios é muito utilizado pelos empreendedores em busca de investimentos junto a bancos e fundos de capital de risco, bem como investidores-anjos.

Existem seis grandes etapas que seguem um processo lógico no desenvolvimento de um plano de negócios, porém não são completamente concretas, estando sempre sujeitas a revisões, interações e mudanças de conteúdo das seções do plano de negócios, mesmo que já tenham sido elaboradas. Esta sequência não deve ser considerada uma regra a ser seguida rigorosamente e sim uma ferramenta que auxilie o empreendedor a identificar o ponto inicial para a construção de um plano de negócios, iniciando-se com o estudo da oportunidade e finalizado com o documento final elaborado. O ciclo pode ser reiniciado através de uma revisão do plano de negócios ou quando for necessário rever as oportunidades. (DORNELAS, 2014, p. 94 e 95).

Figura 5 Etapas do Plano de Negócio



Fonte: Empreendedorismo para Visionários: Transformando ideias em negócios

Dornelas (2014) em seu livro *Empreendedorismo para Visionários* diz que inúmeras estruturas podem ser úteis no desenvolvimento de um plano de negócios, mas destaca uma das mais eficazes que é composta por nove seções:

- **Sumário executivo:** É um resumo do plano de negócios. Aparece no início do documento, mas deve ser o último a ser desenvolvido, pois necessita efetivamente de informações das demais etapas para ser elaborado.
- **Conceito do negócio:** O empreendedor apresenta nesta seção a empresa, expondo o modelo de negócio, suas filosofias, possíveis soluções para futuros problemas e o nicho de mercado que pretende explorar.
- **Mercado e competidores:** Aqui o empreendedor deverá descrever o porquê o mercado é promissor, devendo saber se o setor que pretende atuar está em alta ou em baixa, levando em consideração a influência dos fatores (culturais, econômicos e sociais) que movimentam o mercado. A análise da concorrência é crucial nesta seção, pois permite ao empreendedor uma visão mais ampla sobre a

movimentação de seus competidores, facilitando sua vida para o lançamento de produtos competitivos.

- Equipe de gestão: A ênfase desta seção é apresentar os principais executivos, focando seus pontos fortes, experiências e o nível de adequação com o cargo que eles irão assumir. Geralmente bancos e investidores se preocupam com esta seção, pois tem em mente que a equipe de gestão será responsável pelo sucesso ou fracasso do negócio.

- Produtos e serviços: Nesta seção o empreendedor buscará descrever o seu diferencial para o mercado, mostrar as características que tornam seu negócio especial e apresentar os produtos e serviços que ele tem para oferecer a seus clientes, sempre de maneira objetiva.

- Estrutura e operações: É uma seção complexa de caráter estratégico e não operacional. Visa expor através de fluxogramas os processos de maior destaque do negócio, tais como: estrutura administrativa, comercial, de produção, infraestrutura, tecnologia e etc. Por intermédio de uma planilha financeira devem ser relatados resumidamente as principais aplicações, gastos e desembolsos do negócio.

- Marketing e vendas: É uma das seções mais importantes, pois é aqui que o plano de marketing e vendas do empreendedor deverá ser colocado em prática. O empreendedor tentará dar o destaque devido a sua marca e consequentemente chamar a atenção do mercado para seu produto, além de perseguir estratégias que proporcionem menores custos, para então efetuar promoções atrativas para seu público. Ainda, o empreendedor terá como obrigação nesta seção, apresentar as perspectivas futuras de vendas para os próximos anos, o que não é uma tarefa fácil, por que é praticamente impossível se prever as movimentações do mercado. As informações da seção mercado e competidores são fundamentais para esta seção, pois possibilitam uma visão mais concreta do mercado.

- Estratégia de crescimento: Esta seção é um complemento da seção anterior. Aqui o empreendedor buscará encontrar os pontos fracos do negócio, como também possíveis ameaças, procurando sanar as dúvidas, mostrando como almeja alcançar suas metas por meio de estratégias que estejam voltadas para o crescimento do negócio.

- Finanças: Esta é a seção final e deve ser a mais concreta. Aqui o empreendedor deverá mostrar através de números tudo o que foi dito anteriormente. Será através desses números que o empreendedor chegará à conclusão sobre o potencial ou viabilidade do negócio. Investimento inicial, máximo investimento total, ponto de equilíbrio financeiro e prazo para retorno do investimento, são informações indispensáveis nesta seção.

Para finalizar Dornelas (2014) acrescenta que mesmo depois de o empreendedor apresentar as seções, é normal que seja adicionada uma seção de anexos, constando algumas informações que não foram prescritas nos variados segmentos anteriores. Exemplos: resultado de pesquisas mercadológicas, currículo que apresente o perfil da equipe de gestão, fotos e descrição técnica dos produtos, *layout* (arranjo físico dos equipamentos, máquinas, ferramentas, produtos finalizados e mão de obra dentro da empresa), contrato social da empresa, alíquotas que evidenciem os deveres e obrigações da empresa, atestados e certificados, opiniões dos clientes e licenças, entre outros.

Com base no planejamento do negócio, o empreendedor deverá comprometer-se também em anexar uma planilha financeira que aponte as premissas financeiras, investimentos, custos, despesas, relação de funcionários e salários, projeções de receita e os resultados financeiros obtidos a partir do planejamento feito para o negócio, que lhe serão de grande utilidade na hora de executar todo o plano.

Dornelas (2014) ressalta que:

O plano de negócios é uma simulação teórica do que será a empresa. Na prática, quando a empresa for criada de fato, é provável que muitas considerações do plano de negócios sejam diferentes, mas, mesmo assim, a estratégia de negócio delineada no documento deverá ajudar o empreendedor na concretização de seus objetivos, pois dará o norte e definirá os melhores caminhos a serem traçados para se atingir os resultados almejados. Isso ajuda a antecipar problemas e a rápida tomada de decisão, flexibilizando a gestão do negócio e dando mais confiança ao empreendedor, pois ele não assumirá um risco não calculado. Suas chances de sucesso, em tese, deverão ser ampliadas.

12 VANTAGENS E DESVANTAGENS DE SER UM EMPREENDEDOR

Segundo Neto (2014), como em qualquer atividade que venhamos a desenvolver, sempre iremos nos deparar com alguns pontos positivos e outros negativos. Na atividade do empreendedor não é diferente, até porque montar um negócio e gerencia-lo envolve um considerável risco e esforço para que sejam superados os obstáculos impostos pelo mercado.

Ainda para Neto (2014), ao montar um novo negócio o empreendedor assume a responsabilidade e os riscos pelo seu desenvolvimento e sobrevivência e, em compensação, usufrui de algumas vantagens e sofre com algumas desvantagens:

12.1 VANTAGENS EM EMPREENDER

Um dos desejos de quem decide empreender é transformar a dedicação sobre um objetivo em benefícios, como por exemplo:

- Realização pessoal: O mundo dos negócios garante uma posição social mais favorável ao empreendedor, por possibilitar a sua realização pessoal. Os empreendedores que trabalham por prazer e não por obrigação conseguem obter fôlego para alcançar seus sonhos, vontades e estilos de vida que sempre desejaram.
- Contribuição à sociedade: Empreender não favorece somente o empreendedor, mas sim toda uma sociedade. Oportunidades de trabalho e renda são geradas a coletividade, proporcionando o crescimento econômico de uma população através de instituições privadas. As organizações filantrópicas também proporcionam benefícios à sociedade. Exemplo: A Santa Casa da Misericórdia.
- Lucro: Talvez seja a vantagem mais desejada por todo empreendedor. Porém, o lucro é um perigo, capaz de iludir qualquer pessoa. Toda empresa que tem sua missão, visão e valores resumidos ao lucro acabam se descomprometendo com a qualidade. Portanto a qualidade deve ser prioridade dentro de qualquer empresa

ou negócio, pois é uma ferramenta capaz de promover um lucro limpo e seguro, além de elevar o status da empresa perante o mercado que atua.

- Independência: Se livra do patrão talvez seja o sonho de todo colaborador. Ao investir o empreendedor passará a ser seu próprio patrão. Ele mesmo definirá sua jornada de trabalho e cuidará diretamente das decisões do negócio. Atenção! Ser independente não é sinônimo de folga. O empreendedor deve estar comprometido ativamente a cumprir prazos e honrar seus compromissos. Muitos empreendedores acabam falindo por se acomodarem com a independência.

12.2 DESVANTAGENS DE SER EMPREENDEDOR

Sabe-se que para crescer é necessário abrir mão de algumas coisas, e, para quem é empreendedor, abrir mão de algumas regalias faz parte da jornada. Segue abaixo algumas desvantagens de ser empreendedor:

- Muito trabalho: Principalmente no início de um negócio o empreendedor precisa se desdobrar durante jornadas de trabalho extensas, para poder atender seus clientes e criar um bom relacionamento com fornecedores. Muitos empreendedores desistem logo no início pela falta de flexibilidade e medo de sacrificar alguns compromissos.

- Possibilidade de fracasso: Um empreendedor jamais deve acreditar que fará sucesso para o resto da vida. A todo instante, novas forças de mercado surgem emergentes e se não houver preparação a concorrência crescerá ocasionando muitas vezes o fechamento do negócio. Uma vez que a pessoa se tornou um empreendedor terá de conviver com o fantasma da possibilidade do fracasso.

13 O QUE É UMA EMPRESA?

Uma empresa é um conjunto de pessoas que trabalham sob o mesmo objetivo, onde fornecem produtos e serviços para a satisfação das necessidades de pessoas e do mercado, para assim obter lucro. De forma concisa, para que isso ocorra é necessário que a empresa possua recursos, estrutura organizacional, bem como habilidades administrativas para atingir a satisfação dos clientes e se manter no mercado.

Existem vários tipos de empresas e os tipos mais comuns de Empresas no Brasil são: Sociedade de Responsabilidade Limitada (L.T.D. A) sendo o tipo mais comum no território nacional, onde duas ou mais pessoas respondem de forma limitada ao capital social da empresa; Sociedade Anônima (S.A) é a sociedade onde o capital é dividido em ações e a responsabilidade dos sócios acionistas é limitada ao preço das ações que possui.

14 SOBREVIVÊNCIA EMPRESARIAL: CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO E INVESTIMENTO.

Muitas pessoas que se julgam ser criativas se comportam como pessoas inovadoras, por acreditarem que ser inovador é ser criativo. Essa característica é inerente à inovação, mas ela por si só, sem fundamentos ou um foco benévolo não tem efeito nenhum sobre as organizações, quanto menos para a sociedade. Precisa-se saber associá-las, para assim obter um resultado que traga crescimento para o bem comum.

O mercado está em constante mudança, sempre em movimento, e, para que uma empresa se sobressaia é de primordial importância que ela acompanhe essas demandas mercantis, onde a tecnologia lançada hoje sofre obsolescência amanhã.

A globalização promove uma rotina de muita pesquisa, onde pessoas trabalham afundo em uma ideia, a fim de se retirar recursos de inovação que possa ultrapassar os conceitos da concorrência. Transformando o cotidiano empresarial em uma corrida a qual muitos ficam para trás.

As formas de inovar diferem de uma empresa para outra, sendo a funcional a mais empregada, pois dessa se destaca a mente de um só chefe, ou líder, no papel de empreendedor, podendo assim considerar que as ideias partem dele e, no entanto os fracassos também. Atualmente esse padrão vem sendo substituído por uma flexibilidade que facilita a participação de várias pessoas quando o assunto é inovação. Porém, vale expor que as empresas não inovam da noite para o dia, primeiro é necessário que seja empregado algumas regras baseadas em estudos, projetos preparatórios, de caráter experimental, onde os riscos já foram calculados, para depois de certo tempo executar de fato a ideia e chama-la de inovação.

O ato de inovar traz uma porcentagem de risco para uma organização, pois outras empresas também estão em movimento, tentando criar algo surpreendente, esse risco de criar algo e não fazer sucesso assombra muitos empreendedores.

Naturalmente as inovações acontecem a partir de oportunidades ou deficiências internas e externas à empresa, como contradições, o inesperado, necessidades de melhorias no processo, mudanças no mercado, mudanças demográficas entre outros. Destes citados, os mais comuns no dia a dia empresarial em relação à inovação são:

O inesperado: uma das mais oportunas chances de se inovar, “o que nunca deveria ter acontecido”, é o que abre portas para novas ideias, exemplo: A máquina de datilografar inspirou a criação dos computadores.

Necessidades de melhoria no processo: a implantação de novos métodos e equipamentos ajuda a se destacar no mercado, criar ferramentas de prestação de serviços também é uma forma de inovação. Exemplo: publicidade e propaganda, muito usada em jornais e revistas, faz parte do processo de divulgação de empresas.

Mudanças no mercado: para se inovar é muito necessário que o empreendedor esteja atento ao mercado e suas exigências, pois as mudanças ocorrentes são muito rápidas e nem sempre se consegue acompanhá-las. Essas mudanças são as que geram o inesperado.

Em sumo, para dar-se início a inovação deve-se por em foco as pesquisas de oportunidades, como também a situação da época (tempo e lugar) que por sua vez pode gerar resultados negativos à tentativa de inovação.

14.1 A INOVAÇÃO E SUAS INIBIÇÕES

Mesmo com toda tecnologia, a globalização, a concorrência, e outros fatores que motivariam a inovação, ainda existem empresas que a inibem. No Brasil isso ocorre pela cultura organizacional, ou pela falta de flexibilidade da gerência. Muitas pessoas que trabalham em empresas com esse estilo de vida, acabam se tornando profissionais desmotivados, onde suas ideias são consideradas inseguras, e são prontamente descartadas.

A intolerância do chefe às novas ideias promove uma repressão nos colaboradores, proporcionando rotinas de trabalho exaustivas e desagradáveis, e o

clima pesado traz a falta de interesse construindo um ambiente não participativo de toda organização.

E para que a inovação seja aceita nas pequenas empresas, é necessário que seja elaborado um plano de desenvolvimento estratégico, desenvolvido em etapas, sem que seja feita uma mudança radical na cultura da organização, pois empreender não é mudar tudo sem considerar os riscos de perder tudo, o empreendedor é sensato, ele não coloca a existência de uma organização em jogo, ele coloca a tentativa de crescer um pouco mais em evidência, contando que, se algo der errado, será fácil se reerguer.

Vale lembrar que para ocorrer mudanças é necessário considerar a situação econômica, cultural e ambiental a que a organização está inserida, ou seja, a empresa precisa saber qual é sua razão de existir, para quem ela trabalha e qual ramo de atuação, se possui capital suficiente para tal investimento, entre outros requisitos, esses fatores ditarão se é ou não possível essa empresa se desenvolver.

É muito importante que a localização da empresa esteja de acordo com a viabilidade e facilidade na produção do produto, por exemplo: Uma empresa que comercialize maçãs tem que se instalar em lugares onde a plantação das árvores da fruta sobreviva ao clima ambiental. Esse sistema faz parte do planejamento e é muito vista em logística. Em sumo, para que aconteça uma alteração inteligente no regime de uma organização, o empreendedor precisa ter uma visão mais dinâmica dos negócios, ter a capacidade de enxergar longe e visualizar oportunidades verdadeiramente propícias, e saber o tempo certo de fazer as devidas mudanças, ter e agir com o senso crítico, e principalmente, ser um profissional ético, tanto para com os colaboradores como para com ele mesmo.

O investimento na inovação pode ser percebido através da tecnologia. Notavelmente, empresas que trabalham sobre métodos antigos são as que não acompanham a globalização pelo medo do desconhecido. A não capacitação de mão-de-obra também contribui para a inibição da inovação, onde profissionais desqualificados cooperam com o atraso no crescimento organizacional, pois a empresa não é feita só de máquinas, na verdade, metade dela é composta por pessoas. É essencial conservar as técnicas básicas da administração como um elemento que garanta a estabilidade gerencial, mas sempre focando melhorias no próprio sistema. Inovação começa pelo básico, da hierarquia a processos tecnológicos de produtos e serviços.

O indivíduo que pretende programar novas ideias no mercado, geralmente é uma pessoa muito influenciável, possui a capacidade de motivar outras pessoas a trabalharem e pensarem da mesma forma que ele. Sendo um profissional muito comunicativo, proativo, empático e persuasivo por natureza, este consegue movimentar ideias de dentro de uma empresa para todo o mundo, fazendo dessa ideia algo a ser imitado por muitas outras organizações. Transformando a organização em uma empresa modelo. Todavia essas ideias precisam ser extraordinárias. Podemos usar como exemplo Steve Jobs, fundador da Apple.

O investimento é algo inerente à inovação, contudo, o crescimento causado pela implantação de novos recursos deve ser dosado para que a empresa possa se manter e assim, não vir a falir por falta de controle em suas ações. Esse problema é muito comum nas grandes empresas, onde investem muito sem a preocupação com os imprevistos que surgem junto às oportunidades. Muitas vezes é necessário fazer corte de colaboradores para suprir a perda na produção ou investimentos absurdos que não trouxeram retorno.

14.2 TIPOS DE INOVAÇÃO

Existem algumas inovações que empresas do mundo todo se baseiam para elaborar suas ideias, como os seguintes tipos:

- Inovação de produto: É a modificação na característica do produto, mudança que traz melhoria de fácil percepção pelos consumidores Exemplo: moto com partida elétrica.
- Inovação de processo: É a mudança no processo de produção de produtos e serviços, propicia redução de custos e aumento na produtividade. Exemplo: produção automatizada.
- Inovação de modelo de negócio: É a mudança da forma que o produto é apresentado e oferecido para o mercado. Exemplo aluguel de veículos com benefícios de seguro, manutenção entre outros.

- Inovação incremental: São melhorias contínuas do produto, proporcionando pequenos aumentos em benefício ao uso do produto. Exemplo: Capacidade de memória de um aparelho celular.
- Inovação Radical: É uma mudança total do produto, uma mudança que diferentemente da inovação incremental, traz ao consumidor uma releitura do produto anterior, porém totalmente melhorado. Exemplo: O aparelho de vídeo cassete ao aparelho de DVD.

15 CONCORRÊNCIA

Toda empresa possui um ou mais concorrentes. Para o empreendedor que tem ambições de crescer e se tornar forte no mercado, a concorrência é de fato, um obstáculo que fará parte do dia a dia empresarial, sendo primordial a definição de métodos para dominá-los, como atualização, qualidade em processos de produtos e serviços, sem isso não se torna possível estar na concorrência muito menos na frente dela.

Para superar os concorrentes é necessário conhecê-los, saber quantos são qual seu porte, suas políticas e culturas, vantagens e desvantagens. Muitos administradores fazem questão de conhecer também quais são os fornecedores que seus concorrentes contratam, pois isso os mantém atentos às mudanças e as tendências.

Os investimentos definem o porte da concorrência, quanto maior é o investimento maior é a capacidade de se manter e se sobressair.

16 EXEMPLOS DE EMPREENDEDORES DE SUCESSO

Para ilustrar alguns tipos de empreendedores, duas histórias de sucesso serão apresentadas.

16.1 CACAU SHOW: UM DOS CHOCOLATES MAIS FINOS DO MUNDO

A Cacau Show nasceu em 1988.

Alexandre Costa, 17 anos de idade, revendia chocolates de uma indústria, certo dia conseguiu uma encomenda de dois mil ovos de chocolates de 50g cada, Costa não sabia que era impossível produzir chocolates daquele tamanho, pois era fora de linha. Decidiu comprar a matéria prima para produzir os ovos, e em uma loja conheceu Dona Creusa, uma senhora que fazia chocolates caseiros, ela foi a primeira pessoa a acreditar no sonho de Alexandre, o ajudando a desenvolver seu primeiro trabalho. (Dona Creusa foi remunerada), e depois cada um seguiu com suas vidas.

Mesmo com pouco tempo, uma jornada de trabalho de 18 horas por dia, foi possível entregar todos os pedidos. Lucrando aproximadamente US\$500,00, Alexandre fundou a Cacau Show, inicialmente no bairro da Casa Verde em São Paulo.

Em 1990, a Cacau Show assina contrato com uma grande rede do varejo nacional, e também se associa À ABICAB (Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Cacau, Balas e Derivados). Quatro anos depois, em 1994, Alexandre Costa embarca para a Bélgica, para realizar o primeiro dos muitos cursos sobre chocolate.

Em 1996, houve um recorde de vendas, motivado pelo contrato com o Mappin. Alexandre analisa o mercado e descobre que não eram comercializados chocolates artesanais, então resolveu investir nessa categoria. De início, Alexandre empreendeu em uma sala de 12m² na empresa de seus pais, depois passou a usar um fusca para percorrer a cidade passando em padarias, supermercados, e muitos

outros lugares para a distribuição do chocolate, foi então que, seguindo o conselho de seus pais, Costa decide elaborar uma equipe de revenda, no setor porta-a-porta.

Em 1998 inicia-se a venda P.A.P. (Porta- a- Porta). Do espaço de 12m², a Cacau Show já ocupa os quatro andares do prédio na Casa Verde, contando também com muitos clientes pelo país, o que representa uma demanda de 35 toneladas de chocolate por mês. A empresa estava em constante crescimento.

Na Páscoa de 2000, um dos distribuidores da marca fez uma expansiva encomenda e ficou sem espaço em seu apartamento para armazenar os produtos. Surgindo a necessidade de alugar uma sala, onde foi possível vender chocolates num balcão. Nasce na cidade de Piracicaba, a primeira loja com um letreiro da marca Cacau Show. Um ano depois, adquire a primeira máquina para produzir os chocolates. Abre a primeira loja padronizada no shopping da cidade de Suzano-SP. Em 2002, Alexandre conquista 18 pontos padronizados da marca Cacau Show. O número aumenta e chega até 130 lojas.

Em 2004, o número de lojas aumentam para 230, fazendo da marca Cacau Show um sucesso e a intitulando a maior rede de chocolates finos do Brasil. Nesse período a empresa passa a atuar no *sistema Franchising*. Em 2005, ganha o prêmio “Melhor Franquia do Ano” cedido pela Editora Globo, em parceria com a Fundação Getúlio Vargas.

Em 2006, Alexandre compra um terreno de 73 mil m² na cidade de Itapevi. Atualmente são utilizados 55 mil m² de área construída.

A empresa possui alguns ritos e um deles é o da Última Caixa, sempre realizado antes da Páscoa e em vésperas de Natal, onde todos os colaboradores formam uma fila na expedição, passam a caixa de mão em mão, e, cada um que entrega a caixa bate palmas, até que ela chegue ao caminhão. Eles também fazem festa para o aniversariante do mês, todos se reúnem, com o presidente, em um final de tarde para comemorar e se distrair.

A Cacau Show ultrapassa a norte-americana Rocky Mountain e se torna a maior rede de lojas de chocolates finos do mundo. Em 2008, para comemorar 20 anos da marca, Costa decide viajar pelo país para descobrir a origem do cacau brasileiro, resultando em um livro com o título de O Cacau é Show- Deliciosas Histórias do Mundo do Chocolate.

Segundo uma pesquisa realizada pela Data Folha, a Cacau Show é Top Of Mind, sendo a marca de chocolates finos mais lembrados. Em 2009, na cidade de

Itapevi SP, foi fundada a Instituição Cacau Show, e hoje são mais de 500 pessoas, entre crianças. Jovens e idosos que possuem aulas de reforço escolar, esporte, informática.

Em 2010, a conceituada escola de samba paulista, Rosas de Ouros, montou um samba enredo inspirada no livro O Cacau é Show, e venceu no carnaval obtendo a sétima estrela. Nesse mesmo período a empresa alcança um número de 1000 lojas em todo o país, onde Alexandre desenvolve seu segundo livro: Uma trufa e 1,000 lojas depois! Considerando um guia para muitos empreendedores iniciantes que sonham e se realizar.

Alexandre Costa recebe do Ministro da Agricultura o diploma de Honra ao Mérito por sua atuação e divulgação do chocolate brasileiro. Em 2011, Costa foi eleito o empreendedor do ano, categoria Master, pela Ernst & Young Terco, e representa o Brasil na premiação mundial em Mônaco.

Sendo Top Of Mind pelo segundo e terceiro anos consecutivos, como a marca mais lembrada pelas classes A, B e C, de acordo com a pesquisa da Data Folha, as trufas da Cacau Show são consideradas a melhor do Brasil. A campanha (Faça Sua Parte), o que motiva doações de ovos de Páscoa para diversas Instituições sociais motiva em 2012 a distribuição de mais de 200 mil ovos em todo país.

Em 2012, a Cacau Show realiza a promoção Páscoa Milionária, sorteando 5 mil ovos de chocolate e premiando um cliente com R\$ 1 milhão de reais. Os prêmios não param de aumentar: Prêmio ABF-AFRAS, Destaque Sustentabilidade 2012, pelo projeto “Brincando e Aprendendo”; Prêmio “Pequenas Empresas e Grandes Negócios”, como uma das três melhores franquias na categoria Cafeteria e Confeitaria; Prêmio Jovens Lideranças na categoria de Varejo; Prêmio Lojista Alshop na categoria Chocolate e Doceria e Prêmio ABF Excelência em Franchising 2012.

Em Junho de 2012, Alexandre Costa foi o único palestrante convidado para participar da Chocovision realizada em Davos na Suíça, a maior convenção sobre chocolate do mundo, com a participação dos principais executivos do mundo do chocolate, grandes nomes do varejo e outras áreas.

Os sonhos de Alexandre se tornaram realidade, e a missão da Cacau Show é proporcionar ao maior número de pessoas, uma experiência memorável e excelência em produtos e serviços, sendo referencia na gestão da área do chocolate. Sua Visão é ser a maior e melhor rede de chocolates finos do mundo,

mantendo com seus clientes uma relação duradoura e promovendo crescimento, rentabilidade e responsabilidade socioambiental. Seus valores são ética, honestidade, respeito, compromisso com o crescimento e resultados, prática da inovação, incentivo e reconhecimento ao desenvolvimento individual, cuidado consigo mesmo, com o outro e com os detalhes.

A Cacau Show foi construída a partir de muito esforço, muita dedicação, sempre viabilizando a igualdade na distribuição de seus produtos entre as classes sociais, e principalmente a qualidade mais que excelente na produção de seus chocolates.

16.2 ALUMÍNIO RAMOS: O SEGREDO DA BOA COZINHA

A empresa Alumínio Ramos surgiu no mercado em 1972, quando o seu proprietário Ademar Ramos acabou sendo desligado de uma empresa onde trabalhou durante 15 anos como funcionário em uma indústria de utensílios domésticos. Durante todo esse tempo o mesmo foi criando diversas práticas sobre a área, conforme já citado, o empreendedor já nasce com a vontade de empreender e arriscar, buscando sucesso. Isso não foi diferente com Ademar Ramos, diante da vontade e da necessidade ele criou coragem e colocou em prática todo o seu conhecimento. Sua pequena fábrica foi montada no fundo do quintal de sua residência, localizada no bairro da Vila Xavier – Araraquara-SP, até aquele momento o maior desejo do agora empresário Ademar Ramos, era construir uma empresa diferente, dinâmica, voltada para as necessidades de um consumidor que já se mostrava cada dia mais exigente, conclui então que daria a ela seu nome, como garantia absoluta de qualidade.

Nasce assim a Alumínio Ramos, parece história simples, mas sempre foi cercada de muitos desafios, inicialmente a Ramos fabricava copos, canecas e taças em alumínio, com gravação em silkscreen como maior apelo de venda.

Ainda na década de 70, Ademar Ramos ousado como sempre, resolve fabricar uma linha um pouco mais diversificada surgia à linha de

panelas, caçarolas, assadeiras e canecões, todas elas fabricadas com puro alumínio da mais alta qualidade.

Nos anos 80, a Ramos Mudou para um novo endereço, com mais espaço, tudo por conta do crescimento necessário para atender a demanda por novos produtos que a cada dia mais e mais os clientes solicitavam que fossem fabricados, hoje a Ramos conta com uma vasta linha de produtos, que atendem as necessidades dos consumidores mais exigentes.

Na década de 90 a Ramos mudou-se novamente, agora em uma área própria no II distrito industrial de Araraquara, onde não parou mais de crescer. Foi adquirindo as áreas vizinhas e ampliando seu parque fabril, que hoje tem área total de 15.000 m² com 8.000 m² construídos.

Figura 6 Fabrica Alumínio Ramos 2001



Fonte: Ramos o segredo da boa cozinha

A Ramos orgulha-se pelas conquistas alcançadas depois de 40 anos, mas esta consciente de seu papel na sociedade e dos grandes desafios que ainda estão por vir e faz unicamente do trabalho sério e honesto, investimento em novas tecnologias e treinamento de seus colaboradores a base para o seu sucesso.

A qualidade do alumínio Ramos foi tão aprovada que a empresa se desenvolve a cada dia, hoje após muitas lutas, a empresa está prestes a

inaugurar uma das maiores lojas da cidade, a mesma está localizada a rua nove de julho Araraquara -SP. O maior proposito da empresa é crescer a cada dia, gerando desta forma empregos e sem dúvida alguma contribuir com a economia da cidade onde nasceu, cresceu e se desenvolveu.

Figura 7 Loja Alumínio Ramos Atual



Fonte: Próprios Autores

Figura 8 Futuras Instalações Loja Alumínio Ramos



Fonte: Próprios Autores

17 CONCLUSÃO

O empreendedorismo se tornou para as nossas gerações uma base para o sucesso das empresas que procuram se manter a frente de seus concorrentes, visando diferentes formas para alcançar os seus objetivos.

Foram destacados tipos de personalidades que vivem em nosso meio, e que podem vir se tornar empreendedores, administradores ou simplesmente pessoas comuns com ideias boas, no intuito de melhorar a qualidade de vida pessoal ou coletiva. Algumas dessas personalidades são pessoas conhecidas por todo o mundo e que fizeram do mesmo seus fiéis clientes.

Se hoje a tecnologia que satisfaz o homem falhar, amanhã existirá outra em seu lugar, substituindo o conforto proporcionado anteriormente, isso é inovação, e, inovação é dar asas as novas ideias, aos novos métodos e ideologias.

Para apresentar melhor o que é o empreendedorismo e até mesmo onde se pode chegar com ele, foi citadas duas grandes empresas com histórias de empreendedorismo e inovação muito grande, e mesmo hoje tendo alcançado o reconhecimento continuam a cada dia em constante inovação.

Pode-se concluir que os objetivos do trabalho foram atendidos, visto que foram apresentados diversos exemplos e conceitos sobre o empreendedorismo, desde seu surgimento até o vasto campo que ele atinge nos dias de hoje. Percebe-se que o indivíduo que possui características empreendedoras e tato para a inovação, pode mudar o mundo e suas crenças. Mostrando que não devemos deixar o conformismo tomar conta, e, que é possível se renovar a cada dia, o empreendedorismo vem sendo a base para a evolução, desde o início da existência do homem, tanto no processo da matéria prima como no processo de relações interpessoais, podemos então dizer que empreender é desde sempre se rebelar contra as ideias estabelecidas que pudessem ser até mesmo preconceituosas ou regressivas.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Fernando. **Empreendedorismo sustentável**. Disponível em: <<http://www.ambientelegal.com.br/empreendedorismo-sustentavel/>>. Acesso em: 11 set. 2014.
- ALONSO, Vanessa. **Comportamento: Atitudes empreendedoras**. Disponível em: <<http://blog.sucessoclub.com.br/comportamento-atitudes-empreendedoras/>>. Acesso em: 29 ago. 2014.
- Art. 113 da Constituição Federal de 34. Disponível em: <http://www.jusbrasil.com.br/topicos/10619582/artigo-113-da-constituicao-federal-de-16-de-julho-de-1934>. Acesso em: 19 set. 2014.
- BÔAS, Bruno Villas. **O brasil tem maior proporção de mulheres empreendedoras entre países do G-20, diz EY**. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/economia/brasil-tem-maior-proporcao-de-mulheres-empreendedoras-entre-paises-do-20-diz-ey-9973869>. Acesso: 24 set. 2014.
- BUENO, Marcos. **As Teorias de Motivação Humana e sua contribuição para a empresa Humanizada**: Um tributo a Abraham Maslow. Disponível em: <http://tupi.fisica.ufmg.br/~michel/docs/Artigos_e_textos/Motivacao/009%20-%20As%20teorias%20de%20motiva%E7%E3o%20humana%20e%20sua%20contri%20bui%E7%E3o%20para%20a%20empresa%20humanizada.pdf>. Acesso em 02 ago. 2014.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 3ª Edição. S. Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.
- DINIZ, M. P. **Empreendedorismo, uma nova visão**: Enfoque no perfil empreendedor. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/marketing/empreendedorismo-uma-nova-visao-enfoque-no-perfil-empreendedor/35960/>>. Acesso em 14 set. 2014.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: Como nasce um empreendedor e se cria uma empresa. 1. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo Corporativo**. Disponível em: <http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:tSGluJqDFv8J:scholar.google.com/+empreendedorismo+e+inova%C3%A7%C3%A3o&hl=pt-BR&as_sdt=0,5> Acesso em: 10. abr 2014.
- DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo para visionários**: Desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. 1. ed. LTC, 2014.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008 – 2ª reimpressão.

GARCIA, Uilson Leandro Garcia; GIMENEZ, Fernando Antonio Prado e TOLEDO, Adriano. **Ações e Comportamento Intra-Empreendedores**: uma escala de mensuração. Disponível em:<http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/saopaulo/333_trabalho.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2014.

GIARDI, Benur A; AZEVEDO, Luiz Tadeu de; FRANKLIN, Tulio Passos. **Empreendedorismo e a pequena empresa**: Riscos e Estratégias. Disponível em:<<http://www.pp.ufu.br/Cobenge2001/trabalhos/EMP018.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2014.

GOMES, Rita de Cassia de Oliveira. **Empreendedor X E- Empreendedor**. Disponível em:<revistas.facecla.com.br/index.php/recadm/article/view/443/341>. Acessado em: 20 abr. 2014.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Demografia das Empresas. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/0000000977320812201232172761826.pdf>. Acesso em: 19 set. 2014.

ITO, Patrícia do Carmo Pereira; GUZZO, Raquel Souza Lobo. **Diferenças individuais**: Temperamento e personalidade; importância da teoria. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/estpsi/v19n1/a08.pdf>>. Acessado em: 02 ago. 2014.

KOTESKI, Marcos Antonio. **As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro**. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v8_n1/rev_fae_v8_n1_03_koteski.pdf>. Acesso em: 08 ago. 2014.

MACHADO, Hilka Vier et al. **O processo de criação de empresas por mulheres**. RAE eletrônica, v. 2, n. 2, 2003.

MACHADO, Hilka Vier. **Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora**. Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, v. 23, 1999.

MAGALDI, Júlio Jr. **Significado e surgimento do empreendedorismo**. Disponível em:<<http://www.duonnet.com/significado-e-surgimento-do-empreendedorismo/>>. Acesso em: 15 ago. 2014.

MAGALHÃES, Mauro de Oliveira; GOMES, William B. **Personalidades Vocacionais e Processos de Carreira na Vida Adulta**. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v12n1/v12n1a11.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2014.

MANSÃO, Murgo; SANTINA, Camélia. NORONHA, Porto e Ana Paula. **Avaliação dos tipos profissionais de Holland**: Verificação da Estrutura Interna. Revista de

Psicologia. Vol. 13. Nº1. Enero-junio. 2011. Disponível em:
<http://www.alfepsi.org/attachments/article/57/Revista%20de%20Psicolog%C3%ADa%202011-1.pdf#page=48>>. Acesso em: 09 set. 2014.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Teoria Geral da Administração**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MOTOMURA, Oscar. **Empreendedorismo sustentável**. Disponível em:
<http://www.ecodesenvolvimento.org/colunas/oscar-motomura/empreendedorismo-sustentavel>>. Acesso em: 05 set. 2014.

MOREIRA, Marcos. **Introdução ao empreendedorismo**. Disponível em:
<http://www.flf.edu.br/ndp/downloads-atividades/palestra-introducao-empreendedorismo.pdf>>. Acesso em: 08 abr. 2014.

MULHER DE NEGOCIO. Disponível em:
<http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br/>. Acesso em: 20 set. 2014.

PIRES, Alessandra. **Mulheres são maioria entre os novos empreendedores**. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/mulheres-sao-maioria-entre-os-novos-empreendedores>. Acesso em: 12 set. 2014.

RAMOS, Ademar. **Nossa Empresa**. Disponível em:
<http://ramos.com.br/empresa.php>>>. Acesso em: 16 out. 2014.

RAMOS, Bruno. **Vantagens e desvantagens de ser um empreendedor**. Disponível em: <http://comoempreender.com/vantagens-e-desvantagens-de-ser-um-empreendedor/>>. Acesso em 18 ago. 2014.

RIGAMONTI, Adriana Cardoso et al. **Do fundador à eternidade planejamento sucessório na empresa familiar**. Disponível em:
<http://www.ead.fea.usp.br/semead/12semead/resultado/trabalhosPDF/631.pdf>>. Acesso em: 08 abr. 2014.

ROSSETTI, Eraidia Kliper et al. **Sistema Just in Time: Conceitos Imprescindíveis**. Disponível em:
<http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/viewFile/268/232>> Acessado em: 08 abr.2014.

SAMPAIO, Jäder dos Reis. **O Maslow desconhecido: uma revisão de seus principais trabalhos sobre motivação**. Disponível em
http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=1360>. Acesso em: 02 de ago. 2014.

SANTANA, Ana Lucia. **Galeno**. Disponível em:
<http://www.infoescola.com/biografias/galeno/>>. Acesso 02 ago. 2014.

SEBRAE. Disponível em: <http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vcdtexto=490&^=>>. Acesso em: 19 ago. 2014.

ZUINI, Priscila. **Os 9 tipos de empreendedores mais comuns no Brasil.** Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/os-9-tipos-de-empreendedores-mais-comuns-no-brasil>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

_____. **Perfil das Mulheres Empreendedoras.** Disponível em: http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/estudos_tematicos/perfil_mulheres_empreendedoras.pdf. Acesso em: 26 set. 2014.

_____. **Portal do empreendedor. Definição de Sociedade Limitada.** Disponível em <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/sociedades-empresarias-limitadas>>. Acesso em: 17 set. 2014.

_____. **Portal do empreendedor. Definição de Sociedade Anônima.** Disponível em <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/outras-naturezas-juridicas/sociedade-anonima/o-que-e/?searchterm=Defini%C3%A7%C3%A3o%20de%20Sociedade%20An%C3%B4nima>>. Acesso em: 17 set. 2014.

_____. **Tipos de inovação.** Disponível em <<http://inovasim.wikispaces.com/Tipos+de+Inova%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 20 set. 2014.