

## VISÃO EMPREENDEDORA: ANÁLISE DE UMA HISTÓRIA DE SUCESSO DE UMA EMPRESA DO RAMO DE ESTÉTICA DE MONTE CARMELO

*Luciliana de Lima Mendonça<sup>1</sup>*

*Cassio Raimundo Valdisser<sup>2</sup>*

### RESUMO:

O empreendedorismo pode ser caracterizado como um procedimento no qual, se consegue algo criativo e inovador, tendo como principal objetivo a criação e aumento da riqueza, valor para indivíduos e para a sociedade de maneira geral, relacionando-se à capacidade das pessoas em enxergar a chance de criação de alguma coisa nova, como também o reconhecimento de uma oportunidade para ampliar um novo mercado. Os objetivos desse estudo foram identificar e analisar os principais desafios enfrentados pelos empreendedores brasileiros; exibir conceitos e dados sobre o empreendedorismo e analisar um *case* de sucesso. Para o alcance dos mesmos, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e uma entrevista com uma empreendedora do ramo de estética. Como resultados, foi possível afirmar que no Brasil, existe um grande número de empreendedores. Para tanto, na média da população adulta brasileira, em 2017, o índice total de empreendedores chegou a 36,4% das pessoas. O estudo também apresentou um *case* de sucesso demonstrando a trajetória inspiradora de uma empresa do ramo de estética de Monte Carmelo – MG, onde foi possível abordar as dificuldades e obstáculos encontrados, bem como, as estratégias que a levaram a superá-los, como, por exemplo, a força de vontade e necessidade de inovação.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Case* de Sucesso; Visão Empreendedora; Oportunidade de Crescimento.

### ABSTRACT:

Entrepreneurship can be characterized as a procedure in which something creative and innovative can be achieved, with the main objective of creating and increasing wealth, value for individuals and for society in general, relating to people's ability to see chance of creating something new, as well as the recognition of an opportunity to expand a new market. The objectives of this study were to identify and analyze the main challenges faced by Brazilian entrepreneurs; display concepts and data about entrepreneurship and analyze a case of success. To reach them, a bibliographical research and an interview with an

---

<sup>1</sup> Graduanda em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Contato: [luciliana\\_lima813@hotmail.com](mailto:luciliana_lima813@hotmail.com).

<sup>2</sup> Professor orientador. Bacharel em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Possui especialização em Administração e Gestão Pública e MBA em Controladoria e Finanças. Mestre em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia – UFU. Contato: [crvaldisser@yahoo.com.br](mailto:crvaldisser@yahoo.com.br).

entrepreneur in the aesthetic field were carried out. As results, it was possible to affirm that in Brazil, there is a great number of entrepreneurs. For that, in the average adult Brazilian population, in 2017, the total number of entrepreneurs reached 36.4% of the people. The study also presented a case of success demonstrating the inspiring trajectory of a company from the aesthetics branch of Monte Carmelo - MG, where it was possible to address the difficulties and obstacles encountered, as well as the strategies that have led it to overcome them, for example, willpower and the need for innovation.

**KEYWORDS:** Case of Success; Entrepreneurial Vision; Opportunity for Growth.

## 1 INTRODUÇÃO

Segundo Faria e Ceballos (2006), com o fenômeno da globalização, muitas organizações brasileiras procuraram várias maneiras de manter-se no mercado, focando principalmente em aumentar a competitividade e diminuir custos. Como resultado, teve-se um aumento significativo no índice de desemprego. Com isso, ex-funcionários, empregando o pouco que restaram de suas economias, tiveram a iniciativa de criar seus próprios negócios, e nesse mesmo instante, os empresários já atuantes no mercado, instigados por possuir apenas um tipo de comércio, tiveram a iniciativa de criar outros empreendimentos e concretizando novas ideias, originando um processo sucessivo de empreendedorismo. Há também pessoas determinadas pela economia ou por legado de família que têm esforçado por gerir/administrar seus próprios negócios.

No Brasil, diante da preocupação em conservar as pequenas organizações no mercado e diminuir o elevado número de mortalidade das pequenas e médias empresas nos anos iniciais de vida, o tema empreendedorismo vem sendo um tema popular e que recebe uma atenção especial por parte dos governos, executivos e até mesmo dos pequenos gestores. Isso porque atualmente para manter-se no mercado e aumentar a competitividade é necessário inovar-se. Como consequência da ausência de empreendedorismo, vê-se na maioria das vezes um alto índice de desemprego decorrente da alta mortalidade das empresas. Sem outra solução, os ex-funcionários começam a abrir sua própria empresa, na maioria das vezes sem aprendizado, conhecimento e fazendo uso do que resta das economias pessoais (DORNELAS, 2005).

O empreendedor contribui significativamente para o desenvolvimento econômico, uma vez que esse profissional vivencia e busca a inovação que introduz e amplia a

concorrência no mercado. Esse desenvolvimento acontece principalmente pela inovação trazida pelo indivíduo empreendedor e pela concorrência no mercado. Novos produtos e processos de produção estão no coração da concorrência de uma região (PORTER, 1992).

Diante da relevância do profissional empreendedor como ferramenta de inovação e desenvolvimento econômico, este estudo procurou responder o seguinte problema de pesquisa: Quais são os principais desafios enfrentados pelos empreendedores ao desenvolver e manter seu próprio negócio?

Para tanto, este estudo teve como objetivo geral: identificar os principais desafios enfrentados pelos empreendedores brasileiros para gerir os seus empreendimentos, e como objetivos específicos definiu-se:

- Exibir conceitos sobre o empreendedorismo;
- Apresentar os dados sobre o empreendedorismo no Brasil;
- Identificar as principais dificuldades que os profissionais encontram ao abrir seu próprio negócio;
- Analisar um *case* de sucesso de uma empreendedora da cidade de Monte Carmelo.

Diante da importância do empreendedor e do empreendedorismo, este estudo se justifica por descrever a importância da visão empreendedora e um caso prático e verídico de uma profissional empreendedora que começou trabalhando de maneira simples e alcançou o sucesso profissional. Como contribuições, espera-se que este artigo sirva de ferramenta e base de conhecimento para o desenvolvimento de novos empreendedores, pois, de acordo com Fonseca (2017):

Um *case* de sucesso, para uma empresa, é uma forma de contar a trajetória inspiradora de algum cliente. Com ele, você pode abordar como dificuldades e obstáculos foram superados a partir de uma determinada estratégia elaborada pela sua equipe (FONSECA, 2017, p. 2).

Para o alcance desse objetivo foi realizada pesquisa bibliográfica a partir da leitura de livros, artigos científicos e periódicos que abordam sobre a temática, além disso, com o propósito de coletar dados foi realizada uma entrevista com uma empreendedora, onde o principal foco foi o de atender os objetivos específicos, que são: conceituar, exibir dados, apresentar as principais dificuldades que os profissionais encontram ao abrir seu próprio negócio e expor um *case* de sucesso de empreendedorismo na cidade de Monte Carmelo.

Este artigo foi estruturado no seguinte modelo: na seção 1 apresenta-se o tema em estudo, sua importância, objetivos e o método de pesquisa empregado; já a seção 2 tem-se o Referencial Teórico que aborda os principais conceitos utilizados sobre o tema; na seção 3 são expostos os Aspectos Metodológicos utilizados; na seção 4 são ilustrados os Resultados encontrados, abrangendo o atendimento aos objetivos propostos; e finalizando, tem-se a seção 5 que traz as Considerações Finais sobre o trabalho e as sugestões para pesquisas futuras.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Conceituando o empreendedorismo**

O empreendedorismo é uma ferramenta essencial para o desenvolvimento de uma economia de maneira geral. Seu conceito ainda é mal compreendido e, por esse motivo, ele é mal aplicado no mundo dos negócios, pois, se trata de uma conexão entre a função econômica e a social. O que se debate, na maioria das vezes, é a necessidade de uma cadeia de gestão que seja capaz de aperfeiçoar e adicionar valor às organizações, independente de seu porte. Analisar as exigências da área de negócios que se tem interesse em operar é o primeiro quesito para alcançar o sucesso almejado. Assim, os consumidores distinguirão a empresa como uma solução e ficará mais simples adquirir a satisfação do público-alvo e assegurar o retorno financeiro desejado (BUETTGEN *et al.*, 2017).

De acordo com Filion (2000), o empreendedorismo pode ser caracterizado como um procedimento no qual se consegue algo criativo e inovador, tendo como principal objetivo a criação e aumento da fortuna, valor para indivíduos e para a sociedade como um todo. O empreendedorismo está relacionado à capacidade das pessoas em enxergar a chance de criação de alguma coisa nova, inédita, e também a capacidade de descobrir uma oportunidade para expandir um novo mercado, utilizar uma nova matéria-prima, aprimorar um modelo ou meio de produção (BARON; SHANE, 2007).

Para Cunha, Ferla e Malheiros (2003, p. 17), o empreendedorismo pode ser descrito como um comportamento e não como uma descrição de personalidade. Para os autores, a pessoa se torna empreendedor por ambição própria ou por uma necessidade, para atuar como autênticos empreendedores utilizando-se de instrumentos que estão ao seu

alcance, para a mudança de comportamento, aproveitamento e exploração das oportunidades de negócios.

A noção do empreendedor como inovador foi estabelecida somente em meados do século passado. O conceito de inovação e novidade é parte integrante do empreendedorismo. De fato, a inovação – o ato de lançar algo novo – é uma das mais difíceis tarefas para qualquer empreendedor, pois exige capacidade de entender todas as forças em funcionamento no ambiente. Pode ser um novo produto ou serviço, um novo sistema de distribuição ou até mesmo uma nova estrutura organizacional (MENDES, 2006, p. 33).

Segundo Hisrich e Peter (2004, p. 29) o empreendedorismo pode ser determinado como “o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal”.

Um dos autores clássicos e mais usados para apresentar o conceito do empreendedorismo é Schumpeter (1982), que corroborou a definição de empreendedorismo ao método de inovação tecnológica e criatividade: o ser empreendedor é um determinado profissional que aniquila a ordem econômica atual, com o intuito de introduzir novos produtos e serviços, pela criação de modelos novos de empresas ou pela utilização de novos recursos e materiais.

No Brasil, uma das definições bastante utilizadas é a de Dornelas (2001, p. 15), o qual define: “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. Assim, como a aceção de Schumpeter (1982), ambos os autores delinham a existência de valores e características que vão além do entendimento sobre o ambiente de mercado ou o produto que se tem interesse de comercializar. Uma visão futura da empresa necessita de habilidades incomuns que estão além da lógica utilizada tradicionalmente e do conhecimento formal.

Para Gerber (2004, p. 15), “o empreendedor é o visionário em nós: o sonhador, a energia por trás de toda atividade humana, a imaginação que alimenta o fogo do futuro, o catalisador da mudança”.

Corroborando com essas opiniões, Cunha, Ferla e Malheiros (2003, p. 22) complementam ainda que: “empreendedores não fogem aos obstáculos. Imaginam caminhos novos, diferentes, mudam ou criam valores. Iniciativa, persistência,

Análise de uma história de sucesso

especialização, persuasão e capacidade de assumir riscos são alguns dos traços comuns entre empreendedores de sucesso”.

Faria e Ceballos (2006), acreditam que:

A característica básica é o espírito criativo e pesquisador. Ele está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções, sempre tendo em vista a necessidade das pessoas. Enquanto a maior parte das pessoas tende a enxergar apenas dificuldades e insucessos, o empreendedor é otimista e busca o sucesso, e, apesar das dificuldades, não se abate, mas vibra com desafios (FARIA; CEBALLOS, 2006, p. 878).

Para Longenecker *et al.* (2007), os profissionais empreendedores são pessoas que tem uma aptidão, que ao verificar uma necessidade ou falta daquele determinado produto ou serviço no mercado, assumem os riscos e iniciam uma nova empresa com o objetivo de suprir aquela carência de mercado e, nesse contexto, geram inovação e instigam transformações no setor econômico.

Drucker (1987), considerado “o pai da administração moderna”, afirma que os empreendedores como aqueles indivíduos que ao verificar uma oportunidade, as aproveitam com o objetivo de criar mudanças e estes não devem se limitar às suas próprias capacidades, tanto pessoais como intelectuais para induzir ao ato de empreender, mas movimentar soluções, apreciando a interdisciplinaridade da informação e da experiência, para conseguir seus objetivos.

Na definição de Geber (2004), o empreendedor é aquele indivíduo que questiona a decisão para atuar em uma oportunidade a qual ele percebeu e aloca seus esforços e energias a fim de alcançar a realização daquela oportunidade. Complementando essa ideia, Dornelas (2001), afirma que o processo de empreender se dá início mediante a um fato ou ação que o influencia e possibilita a iniciação de um novo ramo de atividade, entende-se que as características do empreendedor basicamente consistem em quatro elementos: percepção, administração, afeição e muito trabalho.

Dessa forma, os empreendedores arriscam em criar mais valor e fazer um apoio quando reconhece uma chance de crescimento, um mercado novo a ser descoberto. Para Baron e Shane (2007, p. 12), essas “ideias não surgem do nada; elas quase sempre são uma combinação nova de elementos já existentes. O que é novo é a combinação – não os componentes que fazem parte dela”. Os empreendedores têm uma visão diferente dos obstáculos encontrados em relação às demais pessoas, onde grande parte enxerga riscos, os

MENDONÇA, L. L.; VALDISSER, C. R.

empreendedores enxergam como a chance de uma oportunidade, e são nessas oportunidades que se tem a chance de implantação de novo produtos e/ou procedimentos organizacionais com vantagem competitiva em relação aos demais negócios (BARON; SHANE, 2007).

De acordo com Dornelas (2001), onde há características empreendedoras, há a oportunidade de desenvolver, diferenciar-se e ampliar novos comércios. Entretanto, ter a capacidade mais não ter ideias é como ter uma semente sem água. Para o autor, é essencial que o profissional empreendedor apresente a capacidade de fazer com que uma empresa cresça e se desenvolva da maneira esquematizada e adequada, almejando a obtenção de lucros e o sucesso empresarial.

## **2.2 Dados do empreendedorismo no Brasil**

Para construção desse tópico, foram analisados os dados disponíveis pelo *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* (2017). Os índices de empreendedorismo são calculados pelo GEM a partir do processo de coleta de dados em meio à população adulta do país (APS), ou seja, indivíduos com idade entre 18 e 64 anos.

Na média da população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos), em 2017, a Taxa Total de Empreendedores chegou a 36,4% das pessoas. A taxa total de empreendedores chegou a 37,9% no grupo dos homens e a 35,0% no grupo das mulheres. Portanto, no cômputo geral, os homens são proporcionalmente mais empreendedores que as mulheres. Porém, isso é devido às taxas de “empreendedores estabelecidos” (proprietários de um negócio tido como consolidado, com mais de 3,5 anos), as quais são mais altas no caso de empreendedores masculinos. Apenas no caso dos “empreendedores novos” (com até 3,5 anos), e, por conseguinte, dos “empreendedores iniciais” (proprietários de um negócio que estão nos estágios iniciais da empresa, ou seja, os primeiros meses ou um ano), a taxa feminina indica uma superação à masculina, o que indica que, entre 2014 e 2016, possivelmente ocorreu um movimento mais forte de entrada de mulheres na atividade empreendedora.

Em 2017, a proporção de mulheres que abriu seu negócio por oportunidade (53%) foi bem inferior à encontrada na média do total de empreendedores no país (59%) e à encontrada no grupo dos homens (66%).

As “empreendedoras Iniciais” estão concentradas em poucas atividades, quando comparadas aos homens nessa mesma categoria. Cerca de 50% dessas mulheres estão em apenas 4 atividades: 21% no segmento de serviços domésticos, 11% em cabeleireiros e/ou tratamento de beleza, 10% em comércio varejista de cosméticos, e 10% no comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios. Por sua vez, 52% no sexo masculino estão distribuídos em 10 atividades: 11% na construção civil; 7% em restaurantes ou serviços de alimentação e bebidas; 5% em cabelereiros; 4% em manutenção de veículos; 4% obras; 4% comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal; 4% serviço ambulante de alimentação; 3% comércio varejista de bebidas; 3% táxi; e 3% instalações elétricas (GEM, 2017).

No Brasil, levando-se em conta o conjunto de “empreendedores”, verifica-se que nas quatro primeiras características do empreendimento, itens que tratam mais da questão da inovação, de acordo com o GEM (2017), não houve uma grande diferença entre os gêneros com exceção da concorrência:

- 24% dos empreendedores e 26% das empreendedoras trabalham com produtos ou serviços “novos para alguns” (produtos ou serviços que atendem determinada população e tende a se expandir para uma ainda maior) ou “novos para todos” (produtos ou serviços que são inovadores e a população ainda não possui conhecimento) em ambos os sexos;

- 36% das empreendedoras dizem ter pouco ou nenhum concorrente, contra 45% dos homens;

- 100% das empreendedoras operam com processos com mais de cinco anos, contra 98% dos homens;

- Nenhuma das empreendedoras diz ter cliente no exterior, contra 1% dos homens.

Com relação a emprego e faturamento, a diferença entre as mulheres e os homens foi um pouco mais expressiva:

- 74% das empreendedoras não tem nenhum empregado atualmente, contra 68% dos homens;

- 37% das empreendedoras esperam criar algum emprego nos próximos cinco anos, contra 43% dos homens;

- 64% das empreendedoras operam negócios que faturam até R\$12 mil/ano, contra 41% dos homens.



Em se tratando de mentalidade dos empreendedores em relação ao seu empreendimento, os entrevistados responderam que:

✓ 52% das mulheres afirmam que o medo de fracassar não impediria de começar um novo negócio enquanto que 61% dos homens afirmaram isso;

✓ Quanto à afirmação de ter conhecimento, habilidade e experiência necessárias para iniciar um novo negócio 51% das mulheres concordaram contra 61% dos homens;

✓ A afirmação de conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos teve a concordância de 37% das mulheres contra 49% dos homens;

✓ 43% das mulheres afirmam perceber para os próximos 6 meses boas oportunidades nas proximidades onde vivem, enquanto que para os homens esse percentual é de 50%.

Ao perguntar sobre os sonhos/aspirações para as empreendedoras os mais citados foram: comprar a casa própria (41%), viajar pelo Brasil (37%), a compra de um automóvel (26%), ter plano de saúde (22%) e diploma de ensino superior (20%). O sonho de ter o próprio negócio fica na sexta posição com 17%.

No caso dos homens, “ter o próprio negócio” fica também na sexta posição com 18%. Os sonhos mais citados foram: comprar a casa própria (43%), viajar pelo Brasil (34%), comprar um automóvel (28%), ter plano de saúde (20%), e viagem para o exterior (19%). O item “fazer carreira numa empresa” encontra-se apenas na sétima posição para o grupo das mulheres e na oitava colocação para os homens. Assim, “ter o próprio negócio” é uma opção mais citada que “fazer carreira numa empresa”, tanto no grupo dos homens quanto no das mulheres, o que reforça o interesse dos (as) brasileiros (as) pela opção do empreendedorismo. Este ano, o item “ter o próprio negócio” foi citado igualmente por ambos os sexos. Nos anos anteriores, verificou-se ser mais comum entre os homens (GEM, 2017).

### **2.3 Principais dificuldades para abrir seu próprio negócio**

Uma empresa é um empreendimento que tem como principal desígnio municiar produtos e serviços, tendo como base os desejos e necessidades de seus consumidores ou mercados e, acima de tudo, adquirir receita com esse fornecimento. Assim, é essencial para qualquer empresa a obtenção de receitas para conseguir suprir suas necessidades, por isso,

o empreendedor necessita apanhar recursos, consumir um modelo de gestão de operações e, assumir um compromisso com a qualidade de seus produtos e serviços perante os clientes (MAXIMIANO, 2011).

Para Desidério (2015), não é uma tarefa fácil ser empreendedor no Brasil. Abandonar um emprego com carteira assinada ou abandonar um emprego, por exemplo, no serviço público, com o objetivo de empreender é uma das grandes dúvidas desse profissional, especialmente em épocas de crise política e/ou econômica.

Em compensação a dificuldade de ser empreendedor no Brasil, dados aponta que o número de micro e pequenas organizações têm aumentado em dimensões cada vez maiores no país. A ampliação na capacidade de compra da população, adicionado ao nascimento de novos ramos de negócios e de prestação de serviços tem estimulado a criação de novos negócios e estabilizado outros como lucrativos, atraindo investidores. Embora haja vários obstáculos, ter uma empresa legalizada ocasiona grandes benefícios para seu comércio, por isso ressalta-se que é importante superar as dificuldades que aparecem ao dar entrada no registro da empresa (ROVEDA, 2016).

As dificuldades mais comuns ao tentar abrir uma empresa no Brasil, são listadas conforme Desidério (2015):

**Burocracia:** O empreendedor precisa percorrer repartições públicas nas esferas municipal, estadual e federal para conseguir abrir uma empresa, sem contar o tempo que se dispende nestas atividades; **Impostos:** empreendedor encontra dificuldade em relação aos tributos a serem pagos. Existem tributos municipais, estaduais e federais que devem ser pagos religiosamente, e a falta deste pagamento pode levar o empreendimento à estagnação. **Logística:** As dimensões continentais do Brasil e a qualidade da malha viária brasileira também são desafios a serem enfrentados. Muitas lojas do Norte e Nordeste brasileiro precisam se organizar, se planejar e até mesmo se estocar para conseguir que produtos adquiridos no Sul e Sudeste não se atrasem; **Mão de obra:** a falta de mão de obra qualificada é a maior dificuldade enfrentada pelo empreendedor. É preciso contratar profissionais de gabarito para treinar e fazer com que os colaboradores da empresa aprendam ou se reciclem na questão do atendimento (DESIDERIO, 2015, *online*).

Roveda (2016) complementa ainda, que outra grande dificuldade encontrada é a ausência de orientação qualificada, sobretudo nos órgãos públicos. É comum ter que voltar diversas vezes no mesmo órgão, porque nem todos os documentos foram listados. Para o autor, isso acontece por conta de que o atendente muitas vezes não verifica todos os dados apresentados, mas quando constata a ausência de algum documento, já solicita para o

futuro proprietário voltar para arrumar sem antes analisar se falta mais algum outro documento. É importante estar previamente entendido sobre os documentos necessários para cada registro, à assistência de um contador nesse momento evita a perda de tempo e diminui o tempo para início da atividade da empresa.

### 3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Nesta parte do estudo são expostos os métodos e classificações da pesquisa, a maneira como foram coletadas as informações e o modelo de análise de dados.

De acordo com Raupp e Beuren (2006), uma pesquisa pode ser classificada da seguinte forma:

Pesquisa quanto aos objetivos, que contempla a pesquisa exploratória, descritiva e explicativa; pesquisa quanto aos procedimentos, que aborda o estudo de caso, o levantamento, a pesquisa bibliográfica, documental, participante e experimental; e a pesquisa quanto à abordagem do problema, que compreende a pesquisa qualitativa e quantitativa (RAUPP; BEUREN, 2006, p. 79).

Analisando sob a ótica dos objetivos, o presente estudo se classifica como uma pesquisa descritiva, que de acordo com Marion, Dias e Traldi (2002) esse modelo de pesquisa, procura retratar as características e dados de maneira a descrever as particularidades de uma determinada população, sem alterá-los.

Em relação à abordagem do problema, classifica-se essa pesquisa como qualitativa. Para Pereira (1999, p. 21), este modelo “ocupa-se da investigação de eventos qualitativos, aqueles representados por dados qualitativos com referenciais teóricos menos restritivos e com maior oportunidade de manifestação para a subjetividade do pesquisador”. Assim, a pesquisa realizada de maneira qualitativa, fornece ao pesquisador uma maior liberdade de expressão de sua opinião em relação a seus diagnósticos.

Quanto aos procedimentos, classifica-se essa pesquisa como estudo de caso. Por tratar de um estudo, que tem como objetivo a verificação dos acontecimentos e análise de um *case* de sucesso. Para Gil (2008, p. 37) este método é “o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir conhecimentos amplos e detalhados do mesmo”.

O instrumento de coleta de dados consistiu em uma entrevista semi-estruturada de caráter exploratória, com o intuito de verificar a trajetória de uma empresa do ramo de

Análise de uma história de sucesso

estética de Monte Carmelo – MG, abordando as principais dificuldades e obstáculos encontrados, bem como as táticas utilizadas para superá-las. De acordo com Marconi e Lakatos (1999, p. 94), a entrevista nada mais é que o “encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de um determinado assunto” e ao realizá-la de maneira semi-estruturada a pessoa que está realizando a entrevista, acompanha um roteiro antecipadamente estabelecido, contudo, ele ainda pode adaptar as perguntas à determinada situação, podendo inverter a ordem ou formar novas perguntas, tendo livre-arbítrio para ampliar cada situação em qualquer direção. O que permite explorar mais amplamente uma questão (MARCONI; LAKATOS, 1999).

Após a entrevista, os dados foram analisados e cruzados a fim de analisar as teorias com a realidade.

## **4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

As questões utilizadas na entrevista foram adaptadas por meio de um roteiro já elaborado para empreendedores estabelecidos no mercado, como base nos estudos de Fillion (1991).

O roteiro de entrevista contém 60 questões, divididos nos seguintes temas: origem, conceitos de si, visão, o trabalho como empreendedor, energia, relações, liderança, criatividade e imaginação, a empresa e encerramento.

Durante a entrevista não foram abordados assuntos de natureza sigilosa, e não houve e não há intuito de avaliar o modelo de como a empresa é administrada. A empresa foi vista pelo entrevistador como um ponto de referência para um *case* de sucesso.

Assim, nesse tópico, são apresentadas as respostas dadas pela entrevistada e, posteriormente, faz-se uma breve discussão sobre as informações coletadas.

### **4.1 Roteiro de Entrevista**

#### **4.1.1 Tema Abordado: Origem**

- *Existe algum empresário em sua família?*

Resposta: Não existe nenhum empresário.

- *Tem alguém como modelo?*

Resposta: Não uma pessoa exata como modelo, mais meu pai sempre dizia que devia estudar pra não ter que só limpar fogão.

- *O que seus pais fazem ou faziam?*

Resposta: Meu pai era agricultor, sempre tentava empreender, contudo sem muito sucesso. Já minha mãe era do lar.

- *Você poderia falar um pouco sobre a sua formação?*

Resposta: Estudei até a quinta série, parei devido a separação dos meus pais e pelo fato que mãe estava sem emprego, principalmente pelo fato dela ser portadora de deficiência física. Resolvi que devia assumir a casa e fui trabalhar em cerâmica aos 14 anos. Então só voltei estudar aos 22 anos. E me formei em recursos humanos aos 37 anos. Porém, fiz vários outros cursos, e acabei iniciando a carreira como manicure e me especializei na área de podologia (estudo dos pés) em Belo Horizonte. Depois fui agregando cursos na área de estética, como por exemplo, micropigmentação, massagens, entre outros.

- *Foi bom(a) aluno(a)? Gostava de estudar? Como você aprende mais?*

Resposta: Fui uma aluna de nível normal, sem muito destaque. Porém, gostava muito de estudar e aprendia mais quando via uma pessoa executando aquele tipo de trabalho.

#### **4.1.2 Tema Abordado: Conceito de Si**

- *Como você se vê como pessoa?*

Resposta: Como alguém que possui uma grande responsabilidade e está sempre em busca de suas realizações.

- *Quais, na sua opinião são as suas características pessoais mais importantes para a sua empresa?*

Resposta: Criatividade, coragem e determinação.

#### **4.1.3 Tema Abordado: Visão**

- *Como surgiu a ideia de ser empreendedor(a)?*

Resposta: A ideia veio através de um momento de necessidade.

- *Como é que sua empresa começou?*

#### Análise de uma história de sucesso

Resposta: Minha empresa começou quando vi que eu poderia ir além do que eu já estava oferecendo de serviços. Foi no momento em que me dei conta de que posso produzir mais e mais, dependendo apenas do meu esforço, e principalmente vi que poderia unir-me e utilizar o esforço de vários.

- *Você pensou sobre isso por muito tempo antes de realmente começar o negócio? Já havia considerado a possibilidade de abrir o negócio como uma opção de vida?*

Resposta: Não pensei muito para começar o negócio, apenas tive a necessidade e a precisão e enxerguei a oportunidade. E a possibilidade de abrir meu próprio negócio já estava nos meus planos.

- *Conte-nos sobre seus primeiros tempos.*

Resposta: Comecei prestando serviço de manicure, os primeiros 7 meses foram difíceis, tentei desistir com a ideia e arrumar um emprego como funcionária de algum estabelecimento nesse ramo de trabalho. Nesse momento, apareceu um lugar melhor pra atender, comecei a investir em conhecimento, cursos e não parei de me aperfeiçoar até hoje. Assim, desisti de prestar serviços em empresa de terceiros e no ano de 2009 abri minha própria empresa. No início tive bastante dificuldade, fiquei 4 anos em um só endereço, levei a empresa para o centro da cidade com o objetivo de crescer e ganhar status, uma vez que acreditava que o centro traria uma maior clientela. Depois de mais 4 anos, decidi expandir minha empresa e mudar o perfil dela, estou em um outro bairro.

#### 4.1.4 O Trabalho como Empreendedor(a)

- *Como você identifica uma oportunidade?*

Resposta: O ramo de estética se inova a cada dia: são novos aparelhos, novos métodos, novas soluções. E eu como profissional, vejo a demanda daquele serviço ou procedimento e invisto na área.

- *Como você aprende hoje? Tem um método próprio?*

Resposta: Estou em constante aprendizado, sempre participo de palestras, cursos e utilizo a internet a meu favor como ferramenta de aprendizado.

- *Tem um sistema para a solução de problemas?*

Resposta: Sim, procuro resolver o problema assim que fico sabendo, buscando soluções rápidas e não deixo passar sem uma resolução.

- *Como lida com o fracasso?*

Resposta: Ainda não sei lidar muito com fracasso.

- *Qual é o seu trabalho na sua empresa?*

Resposta: O meu principal trabalho é administrar e gerenciar pessoas, contudo, gosto e faço com prazer atendimento a clientes.

- *Quais são as áreas em que você gosta de se concentrar?*

Resposta: As áreas que me trazem contato direto com pessoas e em especial meus clientes.

- *Você se envolve com a rotina, com as operações do dia a dia?*

Resposta: Sim, estou sempre me envolvendo por completo na rotina da minha empresa e nas operações e serviços oferecidos.

- *Você tem quantas pessoas que se reportam a você?*

Resposta: Atualmente, tenho 5 (cinco) pessoas.

- *Você delega? Se sim, como?*

Resposta: Sim, delego cargos, funções e afazeres. Digo o que precisa ser feito e como deve ser realizado, principalmente em processos que não precisa de mim.

- *Você tem parceiros no negócio?*

Resposta: Sim, tenho parceiros de negócio.

- *Você é membro de grupos/conselhos de outras companhias?*

Resposta: Sim, sou membro.

- *Você tem uma secretária?*

Resposta: Sim, tenho uma secretária.

- *Como você obtém informações sobre o que está acontecendo na empresa e como é que você controla as coisas?*

Resposta: Estou o tempo inteiro ligada nos acontecimentos dentro da minha empresa, coletando informações o tempo todo. Também sempre estou conversando com minhas funcionárias e em especial a secretária, que está à frente na recepção. Preocupo-me também principalmente com a percepção de meus clientes e quando necessário converso com eles.

- *Qual o percentual de solução representado pela tecnologia do produto? Ou seja, a tecnologia do produto representa qual percentagem do sucesso da sua empresa?*

Resposta: Posso afirmar hoje, que a tecnologia compreende 50% dos procedimentos estéticos que ofereço e conseqüentemente esse mesmo percentual de

Análise de uma história de sucesso

sucesso da minha empresa, pois os outros 50% restantes, estão direcionados principalmente na qualidade do atendimento e na aplicação da tecnologia.

#### 4.1.5 Energia

- *Quantas horas você trabalha por dia? Trabalha nos sábados e domingos?*

Resposta: Trabalho cerca de 12 a 13 horas por dia (de segunda a sexta). E mesmo que aos sábados não abrimos a empresa, esse é o dia que tiro para fazer meus lançamentos e planejamentos.

- *Você tira férias?*

Resposta: Às vezes pego alguns poucos dias de descanso, mais férias propriamente ditas, não.

- *Você pensa em se aposentar?*

Resposta: No momento não penso em me aposentar.

#### 4.1.6 Relações

- *Qual a importância que você dá às relações internas e externas da empresa?*

Resposta: Considero de extrema importância ter boas relações internamente e externamente, principalmente visando à continuidade da empresa. Acredito que sem relações não há empresa.

- *E para você, qual a importância das relações externas?*

Resposta: Como na questão anterior, trato as relações externas com uma intensa importância.

- *Quais contatos são mais importantes: fornecedores, clientes, pessoas de influência?*

Resposta: Considero todos muito importantes, pois, sem fornecedores não tem produtos, sem clientes não tem empresa, e pessoas de influência fazem o marketing da nossa empresa, trazendo novos clientes, fornecedores e até parceiros.



#### 4.1.7 Liderança

- *Como você faz com que as pessoas realizem o seu sonho?*

Resposta: Tornando o sonho delas o meu e procurando sempre novos procedimentos, aparelhos e mecanismos para isso.

- *Como você descreveria a si próprio como líder de sua empresa?*

Resposta: Sou uma líder bastante motivadora, exigente e um pouco temperamental.

- *Você poderia explicar como a sua equipe se desenvolveu?*

Resposta: Assim como a estética está em constantes inovações, minha equipe está sempre se desenvolvendo por meio de treinamentos e cursos.

- *Quais métodos você desenvolveu para encorajar as pessoas a serem mais criativas?*

Resposta: Não tenho um método propriamente dito. Mais sempre as motivo mostrando que são capazes de realizar grandes feitos.

- *O que você diria que é diferente na maneira como você comanda seus negócios?*

Resposta: Sou uma pessoa, sempre atenta nas novidades e fico constantemente me atualizando com o mercado, com as necessidades dos meus consumidores e com os novos produtos.

- *Para onde você direciona seus esforços ao comandar a empresa?*

Resposta: Procuro sempre direcionar meus esforços para se ter um atendimento de excelência.

- *Você vê as coisas de forma diferente, mudou seu estilo de gerenciamento, desde que fundou a empresa?*

Resposta: Sim, com o passar dos anos mudei muito e tenho mudado. As situações do dia a dia me faz crescer pessoalmente e profissionalmente sempre em busca de crescimento e melhorias.

- *O que lhe dá mais satisfação ao comandar uma empresa?*

Resposta: Ver os objetivos traçados por mim e as de minhas clientes sendo alcançados, ver as coisas acontecendo da maneira como gostaria.

- *O que você pensa sobre o poder como instrumento de comando?*

Análise de uma história de sucesso

Resposta: Penso que o poder é apenas mais uma ferramenta de comando, tento ao máximo utilizá-lo só em casos de grande necessidade.

#### 4.1.8 Criatividade e Imaginação

- *O que você acha do erro?*

Resposta: Uma oportunidade de aprender e acima de tudo mudar aquela determinada ação.

- *Como trata os colaboradores que erram?*

Resposta: Trato da mesma forma que antes, contudo, na área em que atuamos não podemos ter erros. Assim, sempre peço que tenham atenção pra que não ocorra novamente e com total responsabilidade pelo erro.

- *A sua empresa erra muito?*

Resposta: Posso afirmar que não.

- *O que lhe dá mais prazer no processo de empreender?*

Resposta: Ver os objetivos traçados sendo alcançados juntamente com a satisfação de meus clientes.

- *O que o(a) torna mais criativo(a)?*

Resposta: A necessidade de inovação, não gosto da mesmice, minha cabeça não para.

- *O quanto você diria que a imaginação é importante para o sucesso?*

Resposta: Acho que a imaginação é um item essencial em qualquer empresa, acredito que é ela que me faz inovar e crescer.

- *O que é intuição para você?*

Resposta: Acredito que intuição é você ver algo ou uma situação de maneira positiva e crer naquilo.

- *Qual a importância da intuição no seu negócio?*

Resposta: A intuição é uma grande aliada, ela é que me faz acreditar no meu negócio.

- *Como você lida com a incerteza, ambiguidade?*

Resposta: Passo por cima. Confio na minha intuição, e ter incerteza só deixa as pessoas engessadas.

#### 4.1.9 A empresa

- *Qual o fator mais importante para o sucesso da sua empresa?*

Resposta: Acredito que existe mais de um fator, como por exemplo, o atendimento oferecido, os produtos de qualidade e a eficácia dos procedimentos.

- *Quais são as principais potencialidades e fraquezas da sua empresa?*

Resposta: Acredito que uma grande potência da minha empresa está no atendimento. E como fraqueza creio que preciso melhorar o gerenciamento interno da empresa.

- *Você utiliza consultores e outros profissionais, como advogados?*

Resposta: Sim, utilizo consultores.

- *Quais critérios você utiliza na seleção de pessoal?*

Resposta: Procuro selecionar profissionais qualificados, simpáticos, que tenham um bom relacionamento com clientes e que sejam proativos.

- *Fale de seu sistema de gestão. Ele é baseado em alguma ideologia?*

Resposta: Meu sistema de gestão é bem simples e não se baseia em nenhuma ideologia. Porém, sempre utilizo a ética acima de tudo.

- *Você tem descrição escrita dos trabalhos e políticas da empresa?*

Resposta: Sim, tenho a descrição, políticas, metas, visão, missão e objetivos.

- *Você estabelece metas?*

Resposta: Sim, estabeleço metas e meios de alcançá-las.

- *Qual é a posição de mercado dos seus produtos/serviços?*

Resposta: Estamos no ramo de estética oferecendo produtos e serviços.

- *Quais argumentos você utiliza para persuadir os clientes a comprar os seus produtos?*

Resposta: Utilizo como argumentos os resultados obtidos aqui na empresa.

#### 4.1.10 Encerramento

- *O que você diria a alguém que está pensando em iniciar um negócio?*

Resposta: Que seja corajoso e não desanime nas primeiras dificuldades. Se tiver uma ideia, um objetivo de vida, não meça esforços para alcançá-los. Pesquise, procure,

Análise de uma história de sucesso

aprimore-se e veja as necessidades de seus clientes, são eles a base de qualquer empresa de sucesso.

- *Há algo mais que você gostaria de dizer, que nós não abordamos?*

Resposta: Não.

## 4.2 Discussões

Conforme observado, a empreendedora vem de uma família simples, sem pontos ou exemplos, para utilizar como referência de perfil empreendedor.

A entrevistada ainda, respondeu que estudou apenas até a quinta série por motivos de força maior, voltou a estudar aos 22 anos e formou em recursos humanos aos 37 anos. Contudo, ela fez vários outros cursos e acabou iniciando a carreira como manicure.

A entrevistada nos conta, que sempre teve a ideia de abrir sua própria empresa, entretanto, o que a fez de fato tomar a iniciativa, foi por oportunidade e em especial pela necessidade. Caracterizando-a como uma empreendedora por oportunidade. Para Baron e Shane (2007), esse tipo de empreendedor nasce mediante à capacidade de reconhecimento de uma oportunidade para ampliar um novo mercado, usar uma nova matéria-prima ou aprimorar um modelo ou meio de produção.

Corroborando com o autor, Dornelas (2001), caracteriza esses modelos de empreendedores como aqueles que:

- Identificam as oportunidades e as avaliam;
- Criam e incluem oportunidades;
- Assumem riscos e retornos obtidos ou previstos na oportunidade.

O início dessa carreira, foi difícil e teve diversas dificuldades, pensando em muitas vezes em desistir e procurar um emprego como funcionária de terceiros. Porém, a persistência, coragem e criatividade, fez com que ao invés de desistir ela ampliasse seu negócio, abrindo um pequeno espaço onde ficou cerca de 4 anos trabalhando sozinha. Posteriormente, viu uma nova oportunidade de crescimento, onde a mesma mudou seu lugar de trabalho para um local no centro da cidade, onde ficou mais 4 anos. Nesse momento, sua empresa, cresceu e ela precisou ampliar o espaço novamente, atendendo agora, em outro bairro.

Essas características são descritas por Cunha, Ferla e Malheiros (2003), onde os autores descrevem esse perfil de profissional como:

Empreendedores não fogem aos obstáculos. Imaginam caminhos novos, diferentes, mudam ou criam valores. Iniciativa, persistência, especialização, persuasão e capacidade de assumir riscos são alguns dos traços comuns entre empreendedores de sucesso (CUNHA; FERLA; MALHEIROS, 2003, p. 22).

A profissional do ramo de estética descreve ainda uma pessoa que está em constante mudança, se adaptando sempre a novas tendências, afirmando que existe uma intensa necessidade de inovação e que não gosta da mesmice, o que a leva por diversas vezes a participar de cursos, seminários, palestras, entre outros, a fim de trazer a seus clientes novidades de mercado, seja em aparelhos ou produtos na área de estética. Essas afirmações reforçam as características apontadas por Schumpeter (1982), onde o autor caracteriza o indivíduo empreendedor como um profissional que modifica a ordem econômica atual, com o intuito de introduzir novos produtos e serviços, novas formas de organização ou pela forma de novo uso de recursos e materiais.

Para Faria e Ceballos (2006) o profissional empreendedor:

Está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções, sempre tendo em vista a necessidade das pessoas. Enquanto a maior parte das pessoas tende a enxergar apenas dificuldades e insucessos, o empreendedor é otimista e busca o sucesso (FARIA; CEBALLOS, 2006, p. 878).

A entrevistada, afirmou por diversas vezes que, um dos pontos fortes e que ela mais se preocupa dentro de sua empresa é com o atendimento. Sempre procura selecionar profissionais qualificados, simpáticos e que tenham um bom relacionamento com clientes. Considerando sempre o bem-estar deles em primeiro lugar, buscando soluções para suas necessidades, criando novos processos e meios.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O empreendedorismo é um mecanismo de extrema importância para o desenvolvimento de uma economia de maneira geral. Sendo caracterizado como um procedimento no qual se consegue algo criativo e inovador, tendo como principal objetivo a criação de fortuna e valor de maneira geral para indivíduos e a sociedade.

Este estudo teve como objetivo geral, identificar e analisar os principais desafios enfrentados pelos empreendedores brasileiros para gerir os seus empreendimentos, e como objetivos específicos definiu-se: exibir conceitos sobre o empreendedorismo; apresentar os dados sobre o empreendedorismo no Brasil; identificar as principais dificuldades que os profissionais encontram ao abrir seu próprio negócio; e analisar um *case* de sucesso de uma empreendedora da cidade de Monte Carmelo.

Para o alcance desse objetivo foi realizada pesquisa bibliográfica a partir da leitura de livros, artigos científicos e periódicos que abordam sobre a temática, além disso, com o propósito de coletar dados foi realizada uma entrevista com uma empreendedora.

O empreendedorismo está relacionado à capacidade das pessoas em enxergar a chance de criação de alguma coisa nova, inédita, e também a capacidade de descobrir uma oportunidade para expandir um novo mercado, utilizar uma nova matéria-prima ou aprimorar um modelo ou meio de produção (BARON; SHANE, 2007).

No Brasil, a média da população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos), em 2017, a taxa total de empreendedores chegou a 36,4% das pessoas, sendo que a taxa total de empreendedores chegou a 37,9% no grupo dos homens e a 35,0% no grupo das mulheres. Apesar do número expressivo, muitos são os desafios enfrentados pelos empreendedores brasileiros para abrir seu próprio negócio, ligados principalmente na abertura da empresa, onde é encontrada uma forte burocracia, dificuldade em relação aos tributos a serem pagos, a logística de produtos e matérias primas ainda apresentam dificuldades, onde por muitas vezes as lojas do Norte e Nordeste brasileiro precisam se organizar, se planejar e até mesmo se estocar para conseguir que produtos adquiridos no Sul e Sudeste não se atrasem; e principalmente a falta de mão de obra qualificada é a maior dificuldade enfrentada pelo empreendedor.

Contudo, existem aqueles empreendedores que apesar das dificuldades, conseguem se sobressair com sucesso. O que é o caso, do *case* de sucesso referente a uma empresa do ramo de estética da cidade de Monte Carmelo – MG, apresentada na seção 4 deste artigo, haja vista que o processo de empreender nasceu pela necessidade e pela oportunidade encontrada. A entrevistada demonstrou que empreender é uma maneira gratificante de realização e uma forma de contribuir para o bem estar das pessoas, colocando sempre suas necessidades em primeiro lugar.

MENDONÇA, L. L.; VALDISSER, C. R.

Como limitações do estudo, lista-se a dificuldade encontrada com o tempo. Pois, se acredita que o tempo proposto para o desenvolvimento desse trabalho, foi curto, dificultando assim a obtenção de dados mais precisos e regionais.

Em relação à sugestão de pesquisas futuras, aconselha-se que seja realizada uma pesquisa para avaliar os índices de empreendedorismo na cidade de Monte Carmelo – MG, a fim de analisar os números obtidos com a média nacional, possibilitando avaliar se o município está abaixo, na média acima dos índices nacionais.

## REFERÊNCIAS:

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BUETTGEN, J. J.; NASCIMENTO, J. O.; RUGGI, M. O.; CHARVET, P. **Empreendedorismo, Sustentabilidade e Inovação no Brasil**. Curitiba, PR: ISAE Escola de Negócios, 2017. Disponível em: [https://www.pti.org.br/sites/default/files/Publica%C3%A7%C3%B5es/Empreendedorismo\\_Sustentabilidade\\_Inovacao\\_no\\_Brasil.pdf](https://www.pti.org.br/sites/default/files/Publica%C3%A7%C3%B5es/Empreendedorismo_Sustentabilidade_Inovacao_no_Brasil.pdf). Acesso em: 25 set. 2018.

CUNHA, C. J. C. A.; FERLA, L. A.; MALHEIROS, R. C. C. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. Florianópolis: IEA (Instituto de estudos avançados), 2003.

DESIDÉRIO, Mariana. **Os 4 principais obstáculos para abrir uma empresa no Brasil**. 2015. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/os-4-principais-obstaculos-para-abrir-uma-empresa-no-brasil/>. Acesso em: 25 set. 2018.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. 2. ed. São Paulo: Editora Campos, 2005.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

FARIA, Priscila Rocha de. CEBALLOS, Zenaide. **Empreendedorismo e Plano de Negócios**. 2006. Disponível em: <http://biblioteca.univap.br/dados/INIC/cd/inic/IC6%20anais/IC6-74.PDF>. Acesso em: 20 ago. 2018.

FILION, L. J. Empreendedorismo e Gerenciamento: Processos Distintos, Porém Complementares. **RAE Light – Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 2-7, jul./set. 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v40n3/v40n3a13.pdf> Acesso em: 12 set. 2018.

Análise de uma história de sucesso

FILION, L. J. O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991.

FONSECA, Leticia. **Cases de sucesso**: inspire-se com 4 estudos de caso das empresas brasileiras. 2017. Disponível em: <https://inteligencia.rockcontent.com/cases-de-sucesso/>. Acesso em: 25 set. 2018.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Relatório Executivo 2017**. 2017. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf). Acesso em: 14 set. 2018.

GERBER, Michael E. **Empreender**: fazendo a diferença. Curitiba: Fundamento, 2004.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HISRICH, Robert D.; PETER, Michael P. **Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman, 2004.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W.; PALICH, L. E. **Administração de Pequenas Empresas**. 13. ed. São Paulo: Thomson, 2007.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1999.

MARION, J. C.; DIAS, R.; TRALDI, M. C. **Monografia para os cursos de Administração, Contabilidade e Economia**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MAXIMIANO, Antônio C. Amaru. **Teoria Geral da Administração**: da Revolução Urbana à Revolução Digital. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MENDES, Jeronimo. **Fatores Condicionantes de Sucesso das Micro e Médias Empresas na Região Metropolitana de Curitiba e sua Contribuição para o Desenvolvimento Local**. 2006. Disponível em: <https://img.fae.edu/galeria/getImage/108/1232134670473186.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2018.

PEREIRA, Júlio Cesar Rodrigues. **Análise de dados qualitativos**: estratégias metodológicas para as ciências de saúde, humanas e sociais. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999.

PORTER, M. E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.



MENDONÇA, L. L.; VALDISSER, C. R.

ROVEDA, Vinicius. **Dificuldades mais comuns ao tentar registrar uma empresa**. 2016. Disponível em: <https://blog.contaazul.com/dificuldades-para-registrar-empresa/>. Acesso em: 25 set. 2018.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.