

## EMPREENDEDORISMO

Maíra Xavier Moreira<sup>1</sup>

Camila Paula Menezes de Jesus<sup>2</sup>

### RESUMO

Nascem cerca de 500 mil empresas por ano no Brasil ROSA (2007). Todavia, há um histórico de alta taxa de mortalidade dessas empresas nos primeiros dois anos em função, principalmente, da falta de planejamento. O empreendedorismo torna-se assim um tema importante a ser estudado, pois está associado à administração e evidencia a necessidade de planejar um negócio para saber sua viabilidade, diminuindo a taxa de risco. O objetivo do presente trabalho é abordar os fatores contribuintes para o sucesso do empreendedor. Apresenta-se inicialmente as características do empreendedor e a importância do seu processo para as organizações. Em seguida serão discutidos os principais fatores críticos para o sucesso do empreendedor. Por fim, será abordada a importância do plano de negócios como ferramenta de gestão para o empreendedorismo.

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

### ABSTRACT

*Born about 500 000 companies per year in Brazil ROSE ( 2007) . However , there is a history of high mortality rate of these companies in the first two years due mainly to the lack of planning. Entrepreneurship thus becomes an important issue to be studied because it is associated with the administration and highlights the need to plan a business to know its viability , reducing the risk rate. The objective of this study is to address factors contributing to the success of the entrepreneur. It presents initially the entrepreneur's characteristics and the importance of their process for organizations. Then they will discuss the main factors critical to the success of the entrepreneur. Finally , it addressed the importance of the business plan as a management tool for entrepreneurship .*

**Keywords:** *Entrepreneurship . Entrepreneur. Planning.*

---

<sup>1</sup> Aluna da Faculdade Atenas;

<sup>2</sup> Docente da Faculdade Atenas.

## **1 INTRODUÇÃO**

Empreendedor é aquele que faz o que gosta e tem paixão pelo que se faz. Que enfrenta os desafios com perseverança, acreditando na capacidade de transformar situações, e disseminando novas ideias e aplicando a inovação tecnológica.

Percebe-se que as taxas de mortalidade dos negócios nos seus primeiros anos diminuíram, o fato decorre da conscientização dos empresários sobre a importância do planejamento para a empresa obter sucesso.

O empreendedorismo através do avanço tecnológico e de ideias inovadoras está contribuindo diretamente na economia, disponibilizando fontes de emprego, quebrando paradigmas, melhorando as condições de vida das pessoas, gerando riquezas para a sociedade e contribuindo para o crescimento econômico.

O presente trabalho é então desenvolvido com o objetivo de analisar o processo empreendedor, verificando os fatores críticos para sucesso do empreendedor. O mesmo foi realizado tendo por base a seguinte questão problema: quais fatores podem determinar o sucesso do empreendedor? Para a mesma foram levantadas as hipóteses de que:

- a) o sucesso do empreendedor está relacionado à identificação de uma oportunidade e análise da viabilidade do negócio;
- b) existem características pessoais e profissionais que são comuns a empreendedores;
- c) a criação e implementação de um plano de negócios pode ser um fator importante para o sucesso do empreendedor.

O trabalho foi baseado em pesquisas bibliográficas que é elaborada a partir de toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo. Constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com artigos e periódicos disponibilizados na Internet (GIL,2010).

## **2 O EMPREENDEDOR**

Sabe-se que o empreendedorismo começou a ganhar ênfase na década de 1990 e que a partir do ano 2000 passou a crescer indefinidamente, despertando nas pessoas o desejo de empreender (DORNELAS, 2008).

O empreendedor, segundo Dolabela (2008) é uma pessoa que está insatisfeita com sua situação, mas é capaz de transformar seu inconformismo em descobertas e propostas positivas. Busca caminhos desconhecidos e acredita que pode mudar o mundo.

Dornelas (2008) afirma que:

os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado. Uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, seu comportamento e o próprio processo empreendedor devem ser estudados e entendidos (DORNELAS, 2008, p.5)

Pela definição apresentada pelos autores, percebe-se que os empreendedores são pessoas que mergulham fundo no seu negócio, possuem confiança e motivação, estão dispostos a pagar o preço que for preciso para merecer o reconhecimento da sociedade, fazem de tudo para alcançar seus objetivos e querem sempre mais.

O empreendedor de sucesso também mantém o constante planejamento com visão no futuro, conhece bem o seu negócio, possui iniciativa e autoconfiança, assume riscos moderados e está sempre atento ao ambiente para identificar uma nova oportunidade. (DORNELAS, 2008)

De acordo com Dolabela (2008):

Os empreendedores de sucesso são visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, são dedicados, são otimistas e apaixonados pelo que fazem, são independentes e constroem o próprio destino, ficam ricos, são líderes e formadores de equipes, são bem relacionados, são organizados, planejam, possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade (DOLABELA, 2008, p.17).

Antigamente, acreditavam-se que só poderia ser empreendedor as pessoas que já nasciam com as características para tal, todavia, sabe-se que existem empreendedores inatos e eles podem sim ser capacitados para gerir uma empresa e obter sucesso (DORNELAS, 2008).

Assim, o empreendedorismo pode ser ensinado e desenvolvido, além do empreendedor nato, aquele que desde cedo mostra traços de perfil empreendedor, as pessoas que não nascem com esse dom, poderão aprender a arte de empreender um negócio.

Segundo Dornelas (2008), o empreendedorismo surge, muitas vezes, pela falta opção, desemprego ou inexistência de alternativas de trabalho. É o chamado empreendedorismo de necessidade, que ocorre, segundo o autor, quando o empreendedor se aventura na abertura de um negócio sem planejamento prévio. Geralmente, surgem negócios informais que tendem a fracassar rapidamente, agravando ainda mais as estatísticas de mortalidade de empresas.

Outro perfil descrito por Dornelas (2008) é o perfil do empreendedor de oportunidade que, na visão do autor, são visionários que sabem onde pretendem chegar, planejam a criação de um negócio tendo em mente o crescimento esperado e almejando lucros.

Já Bernardi (2003) afirma que as pessoas são motivadas a empreender para obter *status*, controle da qualidade de vida, maior ganho por necessidade de realização, independência, para mostrar capacidade, aumentar as responsabilidades e riscos, sair da rotina profissional e programar suas ideias.

É importante ressaltar, entretanto, que o empreendedorismo não está ligado somente à criação de um negócio. Muitas empresas em busca por vantagem competitiva estão relacionando o empreendedorismo organizacional com o intraempreendedorismo (Camargo e Farah, 2010).

Segundo Camargo e Farah (2010), os intraempreendedores são pessoas orientadas pela própria empresa para identificar e explorar oportunidades dentro da empresa, crescendo profissionalmente e subindo de posto.

Para Pinchot (1989) *apud* Camargo e Farah (2010), a palavra intraempreendedorismo foi utilizada para descrever as ações dos empreendedores internos e acredita-se que é possível a existência de empreendedores dentro das organizações, mostrando sua criatividade, buscando inovações e assumindo um comprometimento com as ações organizacionais, a ponto de se sentirem donos do negócio.

Os intraempreendedores são os sonhadores com terminativa, que fazem acontecer. Assumem a responsabilidade por inovações dentro da organização e sabem fazer a ponte entre o sonhar e o transformar a idéia em realidade criativa (CAMARGO; FARAH, 2010, p.40).

Assim, o empreendedor deve estar em constante mudança, buscando inovações

para o seu negócio, investindo sempre em conhecimento e ter uma boa relação com todos aqueles que colaboram para o sucesso da sua empresa. Todavia, o sucesso do empreendedor também está ligado às etapas do processo empreendedor, que serão apresentadas a seguir.

## **2.1 O PROCESSO EMPREENDEDOR**

O processo empreendedor possui quatro fases, a identificação e avaliação da oportunidade, o desenvolvimento do plano de negócios, a determinação e captação dos recursos necessários e o gerenciamento da nova empresa (DORNELAS, 2008).

A primeira etapa consiste em avaliar as oportunidades. Por mais tentadora que seja uma oportunidade, a avaliação é essencial para evitar a perda de tempo e recursos em uma ideia que pode não dar certo depois do negócio criado (DORNELAS, 2008).

O desenvolvimento do plano de negócios, que representa a segunda etapa, do ponto de vista de Dornelas (2008) é complexo para a maioria dos empreendedores. Este, consiste em um documento que mostra a essência da empresa, suas estratégias e como a empresa irá crescer.

A terceira etapa visa determinar e captar os recursos necessários à efetivação do plano de negócios. Nesta etapa, geralmente o empreendedor apresenta esse documento para os investidores a fim de conseguir o capital para se inserir no mercado (DORNELAS, 2008).

E por último, o gerenciamento da nova empresa. Gerir possui seus desafios e aprendizados. Quando o negócio sai do papel podem surgir problemas, quando os clientes não gostam do produto ou aparece um novo concorrente com melhor aceitação do mercado. Contudo, segundo Dornelas (2008) é fundamental recrutar uma boa equipe de profissionais para contribuir na gerência da empresa, diminuindo os problemas e identificando o que é prioridade e o que é crítico para o sucesso do negócio.

Existe outra forma de se analisar os aspectos críticos do processo empreendedor através da análise de três fatores fundamentais propostos por Timmons (1994) e evidenciados na figura a seguir:

**FIGURA I – Modelo de Timmons (1994)**



**Fonte:** Dornelas, 2008, p.29

Dornelas (2008) explica que no modelo de Timmons, o primeiro fator a ser analisado é a oportunidade. Esta, deve ser avaliada com o objetivo de decidir por continuar ou não com o projeto.

O segundo fator seriam os recursos humanos, a equipe empreendedora que atuará junto a empreendedor na execução do projeto. É preciso, analisar muito bem o perfil da equipe (DORNELAS, 2008).

Finalmente, analisa-se os recursos que serão necessários e como e onde os mesmos serão conseguidos. Dornelas (2008) ressalta que é de suma importância que a análise dos recursos necessários para o início do negócio seja feita por último a fim de evitar que o empreendedor e equipe restrinjam a análise da oportunidade.

O autor ainda explica que:

Na verdade, às vezes a formação da equipe ocorre até antes da identificação de uma boa oportunidade, porém o mais comum nos casos de sucesso é a identificação da oportunidade, formação da equipe e captação dos recursos. (DORNELAS, 2008. (p.28)

Assim, o empreendedor deve estar ciente que nem sempre a equipe inicial estará completa, sendo, muitas vezes necessárias novas contratações após a captação de recursos e abertura da empresa.

### 3. FATORES CRITICOS PARA O SUCESSO EMPREENDEDOR

Dornelas (2008) relata que existem quatro fatores críticos para o desenvolvimento econômico: o talento, a tecnologia, o capital e o *know-how*. O talento é resultado de pessoas esforçadas que usam a percepção, direção, dedicação e muito trabalho. A tecnologia está associada a boas ideias. O capital é a busca de recursos para colocar o negócio em prática. O *know-how* é o conhecimento e habilidades capaz de transformar o talento, a ideia e os recursos em um negócio de sucesso.

O empreendedor é o ponto central que poderá determinar ou não o sucesso do negócio. É, portanto, dever do empreendedor desenvolver as virtudes e as qualidades necessárias para se tornar bem sucedido.

Este segundo DORNELAS (2008) possui três habilidades principais: técnicas, gerenciais e características pessoais.

As habilidades técnicas estão relacionadas a ser organizado, ter boa comunicação, se manter informado, ter liderança, trabalhar em equipe, ouvir o que as pessoas tem a dizer e possuir know-how técnico da sua área (DORNELAS, 2008).

As habilidades gerenciais envolvem ser um bom negociador está ligada as áreas de criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa. (DORNELAS, 2008)

Já características pessoais incluem ter disciplina, ser visionário, ser inovador, ser instruído a mudanças e assumir riscos (DORNELAS,2008).

No que tange às características do empreendedor, Dornelas (2014), afirma que empreendedores de sucesso possuem as seguintes características:

a) são visionários: pensam no futuro da empresa e da sua vida pessoal. Possuem, segundo o autor, habilidade para implementar seus sonhos (DORNELAS, 2014).

b) sabem tomar decisões: são bem decididos, tomam as decisões corretas no tempo certo, contribuem para suas ações de maneira rápida (DORNELAS, 2014).

c) são indivíduos que fazem a diferença: agregam valor aos produtos e serviços e transformam algo difícil em uma ideia concreta (DORNELAS, 2014).

d) sabem explorar ao máximo as oportunidades: para os empreendedores, as boas

idéias surgem daquilo que todos conseguem ver mas não identificam a oportunidade da idéia, assim eles transformam ideias em oportunidades através de dados e informações (DORNELAS, 2014).

e) são determinados e dinâmicos: são comprometidos com o que fazem,

ultrapassam seus limites, rompendo os obstáculos e não se conformam com a rotina (DORNELAS, 2014).

f) são dedicados: dedicam todo o seu tempo ao trabalho, não se cansam e querem

estar sempre presente no negócio (DORNELAS, 2014).

g) são otimistas e apaixonados pelo que fazem: possuem amor pelo trabalho, estão sempre empolgados e determinados e enxergam o sucesso através de seu otimismo (DORNELAS, 2014).

h) são independentes e constroem o próprio destino: não querem ser empregados

e sim independentes, estão em constante mudanças e querem traçar o próprio destino (DORNELAS, 2014).

i) ficam ricos: o dinheiro não é o principal objetivo de seus negócios e sim uma

conseqüência do seu esforço e dedicação (DORNELAS, 2014).

j) são líderes e formadores de opinião: possuem espírito de liderança e são

respeitados pelos seus colaboradores, pois sabe como cativar cada um deles. Valorizam sua equipe de trabalho e escolhem as melhores pessoas para contribuir nas áreas que não possui conhecimento (DORNELAS, 2014).

k) são bem relacionados(*networking*): sabem a importância dos de possuir contato

com o ambiente externo da empresa (DORNELAS, 2014).

l) são organizados: organizam todos os recursos da melhor forma possível (DORNELAS, 2014).

m) planejam: planejam tudo que será feito na empresa, sempre enfatizando a

visão do negócio (DORNELAS, 2014).

n) possuem conhecimento: estão sempre em busca de conhecimento, querem



aprender cada vez mais, seja por meio de artigos, cursos ou até mesmo através de conselhos de quem está no mesmo ramo (DORNELAS, 2014).

o) assumem riscos calculados: o empreendedor gosta de desafios mas sempre

assume riscos que são calculados, gerenciam o risco e analisam as chances do negocio dar certo (DORNELAS, 2014).

p) criam valor para a sociedade: são criativos e querem melhorar a vida das

peessoas, geram empregos, contribuem com a economia, estão sempre inovando e utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade (DORNELAS, 2014).

Além das características mencionadas por Dornelas (2014), o empreendedor de sucesso possui uma característica única, que é conhecer muito bem o seu negocio, essa experiência define o sucesso do seu negócio. A falta de conhecer a fundo a empresa é uma das causas de falência de algumas empresas pela falta de preparo (MALHEIROS, 2005).

Dentre as características apresentadas, destaca-se também o hábito de planejar todas as atividades que serão executadas na empresa. Todavia, o empreendedor de sucesso planeja seu negócio antes mesmo da criação, através da criação de um plano de negócios, que é tema do próximo capítulo.

#### **4. O PLANO DE NEGÓCIOS**

O plano de negócios é uma ferramenta de suma importância para o empreendimento. Trata-se de uma ferramenta de gestão usada pelos empreendedores para planejar a realização de seus sonhos e expor, em um documento, as idéias referentes ao negócio de maneira clara para que os leitores compreendam.

O plano de negócios, segundo Dolabela (2009) é o mapa dos sonhos para quem quer investir em um novo negócio. É um instrumento indispensável para o empresário, pois nele contém todos os dados sobre a empresa.

Essa ferramenta permite mergulhar profundamente na análise de seu negócio, mostrando dados relevantes para abrir ou não uma empresa ou lançar um novo produto no mercado (DOLABELA, 2008).

Segundo Dornelas (2014), essa ferramenta de gestão pode ser usada por todo e

qualquer empreendedor que queira transformar seu sonho em realidade. O plano de negócios se aplica em novos empreendimentos quanto em empresas já existentes.

Percebe-se, entretanto, que muitos planos de negócios não são feitos corretamente, conseqüentemente, falham, por isso muitos não acreditam na importância do mesmo nas empresas. Normalmente, são escritos no último caso, quando precisam de aprovação para um projeto, e acabam não sendo convincentes para o leitor pelo fato de existir números fictícios, fugindo da realidade da empresa.

O plano de negócios pode ser o cartão de visitas da empresa ou a sua desqualificação. Deve então ser sempre revisado, tendo em vista que o mercado está em constante mudança, é preciso acompanhá-lo e manter atualizado o plano de negócios.

Para Bangs (1998) *apud* Dornelas (2008):

O plano de negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e, ainda, permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios (DORNELAS, 2008, p.84).

Segundo Dolabela (2008), o empreendedor ao identificar uma oportunidade deve analisar sua viabilidade através do plano de negócios. Este, por sua vez, deve ser estruturado considerando as características individuais de cada organização. Dornelas (2008) explica que:

As seções que compõe um plano de negócios geralmente são padronizadas para facilitar o entendimento. Cada uma das seções do plano tem um plano específico. Um plano de negócios para uma pequena empresa pode ser menor que o de uma grande organização, não ultrapassando talvez dez a 15 páginas. Muitas seções podem ser mais curtas que outras e até ser menor que uma única página de papel (DORNELAS, 2008, p.84).

Existem vários modelos de planos de negócios. Cada estrutura está voltada para um segmento de mercado. Todavia, o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) criou um roteiro muito utilizado por micro e pequenas empresas que engloba:

a) sumário executivo: contém os pontos mais importantes do plano, dados dos empreendedores, experiência profissional, dados do empreendimento, missão da empresa, setores de atividade, forma jurídica, enquadramento tributário, capital social e fonte de

recursos. Rosa (2007), explica que este item deve ser o último a ser elaborado, uma vez que seu objetivo é deixar clara a idéia e viabilidade de implantação do negócio aos seus leitores.

b) análise de mercado: nesta etapa analisa-se os clientes, concorrentes e fornecedores (ROSA, 2007).

c) plano de marketing: deve descrever os principais produtos e serviços a serem oferecidos pela empresa, determinando o preço de comercialização. São também decididas quais estratégias promocionais serão utilizadas, formas de comercialização e distribuição. Neste momento também deve-se identificar a melhor localização para o negócio (ROSA, 2007).

d) plano operacional: consiste na elaboração de um roteiro de processos operacionais e no planejamento da organização física de pessoas e materiais no local onde funcionará a empresa. Deve-se, de acordo com Rosa (2007), elaborar um *layout* para a empresa, saber quanto a empresa pode produzir e quantos clientes podem ser atendidos, quantas pessoas serão necessárias para manter a empresa funcionando e qual a qualificação que cada uma deve possuir.

e) plano financeiro: nesta etapa são determinação de todos os recursos a serem investidos para o início das atividades na empresa (ROSA, 2007).

f) construção de cenários: após o término do plano, faça simulações com resultados otimistas ou pessimistas. Após os resultados, crie soluções para favorecer o negócio ou evitar o inesperado (ROSA, 2007).

g) avaliação estratégica: registrar as forças, oportunidades, fraquezas e ameaças do negócio através da matriz F.O.F.A que consiste em analisar os fatores incontroláveis e os fatores controláveis da organização para identificar os seus erros e sugerir soluções para criação de estratégias para melhoria dos pontos fortes e fracos da empresa (ROSA, 2007).

h) avaliação do plano de negócios: o plano de negócios deve ser sempre consultado e analisado. O plano deve ser feito à lápis para a permitir a correção de informações pelo fato do mercado estar em constante mudança, contudo, é preciso analisar constantemente e se adaptar às mudanças (ROSA, 2007).

Já Dornelas (2014) sugere uma estrutura contendo:

a) capa: é a primeira página do plano de negócios, onde deve conter o nome da



empresa, endereço, todos os meios de contato, logotipo, dados dos proprietários, diretor da empresa, data de elaboração do plano, número da cópia e nome de quem elaborou o plano (DORNELAS, 2014).

b) sumário: deve conter o título de todas as informações contidas no plano, indicando suas páginas. É preciso ter as seções do plano bem organizadas, pois o plano de negócios é o cartão de visitas da empresa (DORNELAS, 2014).

c) sumário executivo: o sumário executivo, segundo Dornelas (2014) é feito após o término do plano, para conter todas as informações mais importantes de maneira eficiente e coerente. Deve conter no máximo duas páginas. Essa seção do plano deve ser escrita de forma clara e concisa (DORNELAS, 2014).

d) descrição da empresa: contém as características únicas do seu negócio, apresenta um resumo da história, o status atual da empresa e benefícios que podem ser oferecidos ao cliente. Nesta seção, explica-se o porque do seu surgimento, onde a empresa quer chegar, de onde vem os produtos e serviços oferecidos, seu desenvolvimento e diferencial. Devem ser apresentados a razão social, porte da empresa, legislação que se enquadra, estrutura jurídica, manutenção de registros, segurança e seguro. O mais importante dessa seção é mostrar que a organização possui pessoas qualificadas e experientes. Os investidores focam na equipe de gestão quando analisam um plano de negócios, contudo a descrição da gestão de pessoas, na maioria das vezes é o que decide o rumo da organização (DORNELAS, 2014).

e) produtos e serviços: especificação dos produtos e serviços da empresa. Deve-se descrever como são produzidos e fornecidos, o diferencial do seu negócio em relação aos concorrentes. Mostre o planejamento de novos produtos e serviços que serão lançados futuramente. Nesta seção é necessário especificar os direitos autorais, patentes ou registros das marcas existentes na empresa. É preciso detalhar todo o processo que ocorre em cada produto. Descreva os principais fornecedores e como é feito o controle de estoque. O produto possui um ciclo de vida, é necessário identificar em qual estágio do ciclo o produto se encontra, sendo eles o nascimento, crescimento, maturidade e declínio (DORNELAS, 2014).

f) mercado e competidores: é necessário fazer uma análise de mercado, considerada por muitos a seção mais difícil de se elaborar, porém a mais importante. A empresa precisa conhecer bem o mercado em que atua ou atuará para traçar uma estratégia de marketing eficaz. Os concorrentes afetam na competitividade da empresa, sendo assim deve ser feita a análise de todos aqueles que afetam direta ou indiretamente na decisão dos clientes.

Será preciso definir o segmento de mercado, que poderá ser feito através de informações coletadas por fontes secundárias (DORNELAS, 2014).

g) marketing e vendas: para atingir os objetivos a empresa deverá utilizar estratégias de marketing que se referem aos 4P's: produto, preço, praça e promoção (DORNELAS, 2014).

h) análise estratégica: é necessário criar estratégias para contornar situações indesejáveis. A análise SWOT é bastante útil para definir a situação atual e futura do negócio. Por meio dela será possível identificar as forças e fraquezas do negócio, bem como, as oportunidades e ameaças, que, apesar de virem do meio externo e não serem controláveis, podem afetar significativamente a empresa (DORNELAS, 2014).

i) plano financeiro: muitos empreendedores tem dificuldades com esta parte do plano, pois todos os investimentos e gastos devem constar no plano financeiro para analisar a viabilidade do negocio. Nesta etapa, são usados os métodos de análise do ponto de equilíbrio, prazo de *payback*, TIR (Taxa Interna de Retorno) e VPL (Valor Presente Líquido). Por fim é feita a demonstração de resultados (DORNELAS, 2014).

j) anexos: nessa seção são contidas informações extras, podendo ser imagens, quadros, gráficos e etc.

Percebe-se que o plano de negócios auxiliará na tomada de decisão, mostrando a viabilidade do negocio. Todavia, para chegar ao formato final geralmente são feitas muitas revisões até que o planejamento esteja adequado ao público alvo. Deve-se, contudo, em qualquer plano de negócio focar aspectos como o negócio, os produtos ou serviços que a organização realmente vende e o mercado-alvo (Dornelas, 2008).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo foi realizado através de pesquisas exploratórias acerca do tema empreendedorismo, o qual permitiu a compreensão da importância dessa prática para o desenvolvimento das organizações nos dias atuais e para o desenvolvimento dos seus colaboradores. Com o estudo a pergunta de pesquisa foi respondida, os objetivos foram alcançados e as hipóteses levantadas foram confirmadas.

O empreendedor possui visão de futuro, mantém-se bem informado e acompanha



as mudanças de mercado, procura adquirir conhecimento cada vez mais. Está sempre atento ao ambiente interno e externo da sua empresa, estando por dentro de tudo que acontece na organização.

É preciso desenvolver as habilidades e características do empreendedor.

Com isso pode-se concluir que a determinação do sucesso empreendedor se dá devido à identificação de uma oportunidade, ao estudo da viabilidade do negócio, suas características pessoais e profissionais e à elaboração e implementação do plano de negócios como ferramenta de gestão.

## REFERÊNCIAS

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.

CAMARGO, Helena Carvalho Ramos Valadão de; FARAH, Osvaldo Elias. **Gestão Empreendedora e intraempreendedora: Estudos de casos brasileiros**. São Paulo: Villimpress, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2014.

DOLABELA, Fernando. **Quero construir a minha história**. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisas**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MALHEIROS, Rita de Cássia da Costa; FERLA, Luiz Alberto; CUNHA, Cristiano J.C de Almeida. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. 2. ed. Florianópolis: IEA- Instituto de Estudos Avançados, 2005.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: SEBRAE, 2007.