



EMPREENDEDORISMO: aptidões indispensáveis a um empreendedor de sucesso

Háviner Maurício Moreira Mineiro Ferreira¹
Delander da Silva Neiva²
Nelson Vieira da Silva³
Viviane Gomes de Carvalho⁴
Núbia de Fátima Costa Oliveira⁵

RESUMO

O mercado atual exige cada vez mais planejamento, dinamismo, aproveitamento de oportunidades e reações rápidas perante o desafio e riscos do atual mundo competitivo que estamos inseridos, o estudo do empreendedorismo se faz crucial aos novos empresários que visam iniciar ou expandir seu negócio. O presente trabalho aborda sobre a importância do empreendedor e suas aptidões como líder de um empreendimento. Este trabalho foi criado com base em pesquisas exploratórias em livros e sites. É importante destacar o sucesso na defesa da hipótese que expôs a importância e requisitos necessários para se tornar um empreendedor de sucesso e motor socioeconômico, agente de inovação, líder visionário e estratégico. O empreendedor é o diferencial nos novos negócios, é demonstrado o que é preciso para ter sucesso nessa empreitada, quais aptidões e habilidades que vão conduzir seu negócio ao crescimento sustentável. Espera-se que o empreendedor seja capaz de assimilar e entender todas as forças que influenciam no meio ambiente ao qual seu negócio está inserido, criando um plano de negócio eficaz e dinâmico que norteará seu negócio e o preparará para aproveitar todas as oportunidades que lhe forem concebidas. A pergunta da pesquisa foi respondida, os objetivos alcançados e as hipóteses confirmadas.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedor. Empreendimento.

ABSTRACT

¹ Acadêmico do Curso de Administração – Faculdade Atenas

² Professor da Faculdade Atenas

³ Professor da Faculdade Atenas

⁴ Professora da Faculdade Atenas

⁵ Professora da Faculdade Atenas



The current market demands more and more planning, dynamism, taking advantage of opportunities and quick reactions to the challenge and risks of today's competitive world, the study of entrepreneurship becomes crucial to new entrepreneurs who are looking to start or expand their business. This paper discusses the importance of the entrepreneur and his abilities as leader of an enterprise. This work was created based on exploratory research in books and websites. It is important to highlight the success in defending the hypothesis that exposed the importance and requirements necessary to become a successful entrepreneur and socioeconomic engine, innovation agent, visionary and strategic leader. The entrepreneur is the differential in the new business, it shows what it takes to succeed in this endeavor, what skills and abilities will drive your business to sustainable growth. It is expected that the entrepreneur will be able to assimilate and understand all the forces that influence the environment to which his business is inserted, creating an effective and dynamic business plan that will guide his business and prepare him to take advantage of all the opportunities that are Designed. The research question was answered, the objectives achieved and the hypotheses confirmed.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneur. Enterprise.



INTRODUÇÃO

O dinamismo do mercado atual aliado à globalização vem trazendo consigo novos empreendimentos e formas de gestão. Neste contexto surgem aptidões responsáveis pelo sucesso do empreendedor que, aliado à suas competências, habilidades e talento, são peça chave no planejamento, desenvolvimento e implementação de novas ideias e soluções criativas às necessidades da sociedade.

De acordo com Dolabela (2006) o empreendedorismo é indispensável ao crescimento socioeconômico de um país sendo considerado o principal fator de crescimento de uma nação, tendo papel fundamental na criação de ideias, identificação de oportunidades e busca de recursos para formar um negócio rentável e lucrativo.

Segundo Chiavenato (2007) a inovação é considerada indispensável à empresa que deseja sobreviver no século XXI, principal característica de uma organização de sucesso, está diretamente influenciada pelo surgimento de um profissional visionário, criativo e apaixonado pelo seu negócio que com sua iniciativa e coragem desenvolve novos produtos e serviços administrando e multiplicando seus recursos promovendo a mudança ao ambiente interno e externo da organização permitindo manter-se a frente dos concorrentes.

Nas palavras de Schumpeter (2012) o termo empreendedorismo surgiu no século XVI começou a surgir as primeiras negociações de mercado, com a entrada de produtos oriundos de fora. Hoje o empreendedor é considerado o motor da economia de um país, atuando como um agente de inovação e mudança, e maior responsável por criação de novas empresas e geração de emprego.

As grandes empresas de sucesso se tornam diferenciadas porque investem em novas formas de criação agregando valor econômico ao seu produto por meio da iniciativa de promover e incentivar seu capital intelectual, gerando conhecimentos que estimulam a produção e a formação de novos conceitos que beneficiam as pessoas que compõem a sociedade satisfazendo seus desejos e necessidades. Observando esse contexto percebe-se o quanto é importante o papel do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico de um mercado e como essa abordagem influencia no futuro da sociedade, gerando bens e serviços que melhoram a qualidade de vida e desenvolvimento da sociedade.



CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

ORIGEM E CONCEITOS DO EMPREENDEDORISMO

Segundo Dornelas (2008) a definição de empreendedorismo, como primeiro exemplo histórico, pode ser creditada ao mercador, embaixador e explorador veneziano Marco Pólo, que assinara um contrato com um homem possuidor de dinheiro (capitalista nos termos atuais) para vender as mercadorias deste. Nesse período histórico (século XIII) o possuidor de dinheiro assumia os riscos passivamente enquanto o aventureiro empreendedor, com seu papel ativo, assumia todos riscos emocionais e físicos. Na Idade Média, o empreendedor era definido como aquele que gerenciava grandes projetos de produção, não assumia grandes riscos, gerenciava projetos utilizando recursos geralmente provenientes do governo.

A palavra empreendedorismo se origina do termo francês “*entrepreneur*” que pode ser definida como concepção, lançamento e gestão de novos negócios, sendo usada primeiramente no século XVI, segundo Schumpeter:

...Cantillon tinha um conceito bem claro da função do *entrepreneur*[...] Isto, é claro, é uma doutrina escolástica, mas ninguém antes de Cantillon o formulou de forma tão completa. E pode ser devido a ele que os economistas franceses, ao contrário dos ingleses, nunca perderam de vista a função empresarial e sua importância central. (SCHUMPETER, 2012, p. 278).

De acordo com Chiavenato (2007), o empreendedorismo se origina no século XVIII e XIX, baseado nas reflexões de pensadores econômicos da época que defendiam que as forças livres do mercado e da concorrência refletiam a ação da economia, a este respeito:

Richard Cantillon, importante escritor e economista do século XVII, é considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assumia riscos – do capitalista – aquele que fornecia o capital [...] No século XVIII o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo. (DORNELAS, 2001, p. 28).

APTIDÕES NECESSÁRIAS AO EMPREENDEDOR DE SUCESSO

De acordo com Luecke (2007) o empreendedor necessita aliar análise, planejamento estratégico, capacidade de implementação e controle à sua organização, sendo tais elementos cruciais ao êxito dos inovadores empreendimentos. Nesse sentido, ao iniciar o novo negócio o empreendedor deve estar ciente dos riscos e esforços necessários para o seu sucesso, assumindo responsabilidades para garantir a manutenção e prosperidade de sua criação, lidando com novos desafios. O autor define empreendedor como “aquele que



combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes. Também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem (LUECKE, 2007, p. 29).”

Segundo Longenecker (1998) o ímpeto empreendedor é caracterizado pela sua necessidade de realização individual, disposição para assumir riscos ao iniciar o próprio negócio e sua autoconfiança no domínio dos problemas enfrentados e desafios decorrentes situados ao seu redor.

O Estudo do comportamento do empreendedor é fonte de novas formas para a compreensão do ser humano em seu processo de criação de riquezas e de realização pessoal. Sob este prisma, o empreendedorismo é visto também como um campo intensamente relacionado com o processo de entendimento e construção da liberdade humana (DOLABELA, 2006, p.21).

Nas palavras de Chiavenato (2007) é indispensável ao empreendedor de sucesso o planejamento do negócio, deve-se antecipar as ações e delimitar os objetivos que se pretende alcançar para evitar a falta de preparo para surpresas futuras, nesse contexto se torna indispensável a elaboração de um bom plano de negócio o qual dinamiza todos os aspectos do empreendimento tendo ele a função de retratar o início, meio e fim do negócio e é extremamente necessário sua constante atualização e revisão para manter sua eficácia, diante disto:

O espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, inovação, risco e intuição. Mas deve também reservar um amplo espaço para a racionalidade [...] O empreendedor precisa saber definir seu negócio, conhecer profundamente o cliente e suas necessidades, definir a missão e a visão do futuro, formular objetivos e estabelecer estratégias para alcançá-los, criar e consolidar sua equipe, lidar com assuntos de produção, marketing e finanças, inovar e competir em um contexto repleto de ameaças e de oportunidades. (CHIAVENATO, 2007, p. 7).

Segundo Dornelas (2008) as principais características dos empreendedores de sucesso são a capacidade de serem visionários, saber tomar decisões e implementar suas ações rapidamente, fazer a diferença agregando valor aos produtos e serviços que introduzem no mercado, saber explorar ao máximo suas oportunidades, possuir determinação, dinâmica e dedicação, são bem relacionados, otimistas e apaixonados pelo que fazem, planejam, são líderes e formadores de equipe, possuem conhecimento e criam valor para a sociedade.

Já Chiavenato (2007) divide os empreendedores em dois grupos, os artesãos, que são os que iniciam seu negócio com as habilidades basicamente técnicas, ou seja, pouco conhecimento sobre gestão e maior conhecimento sobre o operacional, e os oportunistas que possuem conhecimento mais amplo sobre administração, economia, legislação ou línguas, estes estão sempre focados em estudar e aprender, acerca deste pensamento:



Os estilos empreendedores constituem dois extremos de abordagem gerencial. Em um polo, está o artesão, que dá asas à imaginação e conhece o produto. No outro, está o administrador experiente e com boa instrução, que utiliza procedimentos gerenciais sistemáticos, aproximando-se de uma abordagem científica na gestão do negócio. O ideal é caminhar e desenvolver-se sempre na direção do polo do administrador experiente. (CHIAVENATO, 2007, p. 12).

Na visão de Dornelas (2008) o empreendedor é um administrador com diferenças significativas em relação aos gerentes, pois os empreendedores possuem maior visão em relação ao futuro da empresa enquanto os gerentes que, na sua abordagem clássica, se baseiam no ato de planejar, organizar, dirigir e controlar, definindo o gerente como organizador de recursos enquanto o empreendedor é um definidor do contexto, afirma assim:

O empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais permitem o nascimento de uma nova empresa. De uma ideia, surge uma inovação, e esta, uma empresa. (DORNELAS, 2005, p. 30).

No próximo capítulo serão abordados a importância do empreendedor no processo de desenvolvimento de novas ideias e inovação.

IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDOR NO PROCESSO DE INOVAÇÃO O EMPREENDEDOR COMO AGENTE DE INOVAÇÃO

O empreendedor é o um dos principais agentes de inovação presente nas novas empresas, é ele quem possui a visão de futuro necessária para criação, desenvolvimento e sucesso de novas ideias que alavancam o desenvolvimento tecnológico e impulsionam novos métodos e processos de produção, criando novas tendências e necessidades ao mercado. Em relação ao assunto:

Cada empresa utiliza e desenvolve sua própria tecnologia e todas as empresas estão envolvidas em um contínuo trabalho de desenvolvimento de novos métodos e processos, de novos equipamentos e instalações etc., o que produz mudança e inovação. A tecnologia tem sido uma poderosa impulsionadora de novos negócios e uma alavanca para novas necessidades do mercado. (CHIAVENATO, 2007, p. 31)

Mccraw (2012) apresenta cinco tipos de inovação que conceituam as ações do empreendedor:

1. A introdução de um novo bem – ou seja, um produto com o qual os consumidores ainda não estejam familiarizados – ou seja de uma nova qualidade de um bem.
2. A introdução de um novo método de produção, ou seja, um método que ainda não tenha sido testado pela experiência industrial no ramo industrial em questão.



3. A abertura de um novo mercado, ou seja, um mercado no qual o ramo industrial específico do país em questão não tenha entrado anteriormente, existisse ou não este mercado.
4. A conquista de uma nova fonte de abastecimento de matérias-primas ou produtos semimanufaturados, também independentemente do fato de essa fonte já existir ou ainda ter de ser criada.
5. A promoção de uma nova organização de uma indústria qualquer, como a criação de uma posição monopolista (por exemplo, através da formação de um truste) ou o rompimento de uma posição monopolista. (SCHUMPETER 2012, p. 81)

Nas definições de Malheiros, Ferla e Cunha (2005), empreendedores são indivíduos que sonham e transformam sonhos em realidade que, além de identificar oportunidades e gerar inovação, persistem e levantam recursos para transformar tais oportunidades em negócios. Todas as pessoas inovadoras são empreendedoras, bem como aquelas que conseguem perceber mudanças e transforma-las em oportunidades de negócios. De acordo com os autores “Empreendedores não fogem aos obstáculos. Imaginam caminhos novos, diferentes; mudam ou criam valores. (MALHEIROS; FERLA; CUNHA, 2005, p. 22)

Os autores Tidd e Bessant (2015) abordam a importância da inovação na manutenção e conquista de novos mercados, aumentando a lucratividade da organização pois, devido ao mercado dinâmico, se faz necessário criar novos designs, customizações e a melhoria contínua na qualidade do produto oferecido, bem como a melhoria dos processos se torna fundamental como vantagem estratégica competitiva pois, fazer algo melhor ou que ninguém mais é capaz de fazer é estar um passo à frente da concorrência. Sobre esta abordagem os autores fazem uma ressalva importante:

É importante ressaltarmos que as vantagens geradas por essas medidas inovadoras perdem seu poder competitivo à medida que outros as imitam. A menos que a organização seja capaz de progredir para uma inovação ainda maior, arrisca-se a ficar para trás, já que os demais tomam a liderança ao mudarem ofertas, processos operacionais ou modelos que orientam seus negócios. (TIDD; BESSANT, 2015, p.10)

GESTÃO DE IDEIAS NO ATO DE EMPREENDER

No conceito de Chiavenato (2007) o empreendedor é a força que move o um negócio ao introduzir sua ideia ou projeto pessoal para gerar bens e serviços que trarão benefícios ao meio social em que está inserido. Seguindo suas ideias:

Ele é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de idéias. Mais ainda: ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam [...] Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento. (CHIAVENATO, 2007, p. 3)



Segundo Malheiros, Ferla e Cunha (2005), a visão do empreendedor quando vislumbra um futuro baseado em seus sonhos, esperanças, perigos e oportunidades permite a ele criar novas ideias e abrir novas oportunidades de mercado, desenvolvendo seu negócio com base no seu comportamento proativo, ou seja, prevendo mudanças antes de ser pressionado ou forçado pelas circunstâncias.

Já Dolabela (2008) aborda que confundir ideias com oportunidades são atos presentes em empreendedores sem sucesso que, por razões psicológicas, se apegam a elas e as impedem de ter sucesso. Os empreendedores de sucesso devem ter distanciamento emocional de suas ideias de modo que eles possam analisa-la de modo racional e detalhado gerando e aplicando suas inovações de forma eficaz. De acordo com esta afirmação:

[...] despreparado para interpretar o mercado e identificar oportunidades, ele talvez ainda não tenha compreendido que mais importante do que saber fazer é criar o que fazer, é conhecer a cadeia produtiva, os meandros do negócio. Sem a capacidade de interpretar o mercado e conhecer o setor em que pretende atuar, não poderá identificar e aproveitar oportunidades (DOLABELA, 2008, p. 13)

Para melhor interpretação do mercado, o empreendedor precisa saber visualizar as melhores oportunidades para aplicar sua ideia, não basta apenas idealizar sem um foco ou programação prévia, é preciso dedicação, energia, comprometimento, obstinação e perseverança para alcançar o sucesso no negócio.

Para Dolabela (2006), negócios em falência, franquias, feiras e exposições, experiências adquiridas como consumidor, uso de capacidade e habilidades pessoais, empregos anteriores podem ser grandes fontes de ideias para empreendedores que visam iniciar ou alavancar um negócio. O empreendedor também pode descobrir o novo em algo existente, melhorando ou acrescentando uma inovação a uma ideia pré-existente.

A criatividade do empreendedor determinará seu destaque frente aos concorrentes pois, ela será a força para que seu negócio seja inovador e se destaque frente aos outros do segmento, além de ser a base principal para superar os obstáculos que possam surgir ao longo de sua jornada empreendedora. A força criativa do empreendedor unida a sua visão e determinação, definirá o sucesso ou fracasso do seu empreendimento e, mais além, qual dimensão seu negócio poderá atingir ao longo do tempo. Seguindo este raciocínio Luecke (2007) afirma que “aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes. Também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem” (LUECKE, 2007 p. 29).



No próximo capítulo será apresentado a importância do plano de negócio para o sucesso do empreendedor.

O PLANO DE NEGÓCIO NO SUCESSO EMPREENDEDOR

IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIO

O plano de negócios é a ferramenta fundamental para o planejamento e a criação de um novo negócio, é com ele que o empreendedor irá definir os objetivos do empreendimento e quais medidas serão tomadas para alcançá-los, reduzindo as incertezas e os riscos. Um plano de negócios eficaz permitirá ao empreendedor a melhor prevenção e diminuição de erros, restringindo as possibilidades de cometê-los no mercado de trabalho.

Segundo o SEBRAE (2013) o empreendedor deve participar pessoalmente na elaboração do plano de negócio pois, terá a oportunidade de preparar um plano de acordo com informações que ele levantou, gerando maior confiança. É fundamental conhecer o mercado onde irá atuar, este conhecimento definirá a eficácia do seu plano de negócio. De acordo com o SEBRAE (2013):

O plano irá ajudá-lo a concluir se sua ideia é viável e a buscar informações mais detalhadas sobre o seu ramo, os produtos e serviços que irá oferecer, seus clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do seu negócio. Ao final, seu plano irá ajudá-lo a responder a seguinte pergunta: “Vale a pena abrir, manter ou ampliar o meu negócio?”. (SEBRAE, 2013, p. 14)

De acordo com Dornelas (2008) é possível com o plano de negócio:

1. Entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio.
2. Gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas.
3. Monitorar o dia-a-dia da empresa e tomar ações corretivas quando necessário.
4. Conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governo, Sebrae, investidores, capitalistas de risco etc.
5. Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para a empresa.
6. Estabelecer uma comunicação interna eficaz na empresa e convencer o público externo (fornecedores, parceiros, clientes, bancos, investidores, associações, etc.). (DORNELAS, 2008, p. 85)

Na visão de Chiavenato (2007) as principais utilidades do plano de negócio são definidas pelos seguintes aspectos:

- 1- Cobre todos os aspectos internos e externos do negócio;
- 2- Abrange todos os aspectos atuais e futuros do negócio;
- 3- Funciona como uma visão integrada e sistematizada do negócio; serve como um guia abrangente para a condução do negócio;
- 4- Informa o mercado — principalmente investidores, bancos e financeiras — a respeito do negócio;
- 5- Divulga aos parceiros internos e externos as características do negócio;



Funciona como um meio de avaliação dos desdobramentos do negócio. (CHIAVENATO, 2007, p. 140)

Nas definições de Tidd e Bessant (2015) os principais motivos que levam os empreendedores que desejam sucesso a criar um plano de negócio é a facilidade para se obter recursos externos, que serão fundamentais ao desenvolvimento do novo negócio, um planejamento estruturado, detalhado e confiável aumentam as chances de melhorar o confiança do novo empreendimento junto a investidores e conseguir os recursos que alavanquem os negócios. Os autores definem vantagens do plano para obtenção dos recursos:

Um novo empreendimento é diferente da avaliação relativamente simples de novos produtos, já que geralmente não há produto vendável antes ou imediatamente após a formação. Por consequência, o financiamento inicial do empreendimento não pode, normalmente, ser baseado em fluxo de caixa derivado de vendas antecipadas. O perfil preciso do fluxo de caixa será determinado por vários fatores, incluindo tempo e custo de desenvolvimento e volume e margem de lucro de vendas. (TIDD; BESSANT, 2015, p.483)

Para tanto, Dolabela (2006) afirma que o erro de muitos empreendedores é abrir seu próprio empreendimento sem um plano de negócio, vendo seus sonhos e objetivos serem encerrados por problemas que teriam sido facilmente visualizados com essa importante ferramenta de planejamento. A taxa de insucesso de um empreendimento sem esse plano é elevada pois, sem ele, o empreendedor se torna um aventureiro em um mercado extremamente competitivo e dinâmico. Portanto se faz necessário planejar os riscos e dificuldades antes de adentrar no mercado.

ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIO

Existem várias fontes e formas de se criar um plano de negócios mas, devido ao dinamismo e diferenças em relação a cada negócio ou ramo presente no mercado, Dornelas (2008) define a estrutura de um plano de negócio:

Não existe uma estrutura rígida e específica para se escrever um plano de negócios, pois cada negócio tem particularidades e semelhanças, sendo impossível definir um modelo padrão de plano de negócios que seja universal e aplicado a qualquer negócio. Uma empresa de serviços é diferente de uma empresa que fabrica produtos ou bens de consumo, por exemplo. Mas, qualquer plano de negócios deve possuir um mínimo de seções as quais proporcionarão um entendimento completo do negócio. (DORNELAS, 2005, p. 100).

Já Chiavenato (2007) define que a estrutura básica para um plano de negócio deve conter sumário executivo, análise completa e detalhada do setor: principais características do setor, natureza jurídica e estrutura organizacional da empresa, simulação de relatórios financeiros, plano estratégico, plano operacional e apêndices.



É importante ressaltar que não existe uma fórmula única para se criar um plano de negócio, cada empresa deve analisar e desenvolver seu planejamento de acordo com seu ramo de atuação, oportunidades, capital, análise de risco, dificuldades e objetivos. É fundamental para o sucesso do empreendimento a criação do plano de negócio pois, como citado anteriormente, ele reduzirá significativamente as chances de insucesso do empreendimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para um novo empreendimento se manter no mercado é necessário que o empreendedor esteja preparado para os desafios que o mercado irá propor, os riscos, oportunidades exigirão sua visão, dedicação e persistência para que seu negócio seja próspero, o mundo atual está em constante transformação e o sucesso ou fracasso do negócio dependerá da capacidade do empreendedor em conhecer e entender o mercado em que está atuando, sua estrutura, atraindo e satisfazendo seus clientes. O empreendedorismo é essencial para se gerir uma empresa, este estudo destaca a história e a figura que representa esse modelo: O empreendedor.

A pergunta de pesquisa pode ser esclarecida nesse estudo, que a importância do empreendedor para o desenvolvimento do seu negócio, bem como as aptidões e habilidades que esse profissional deve desenvolver, os objetivos foram alcançados com a demonstração da participação do empreendedor no processo de criação, planejamento e implementação do novo empreendimento, foram confirmadas as hipóteses de que o empreendedor deve apresentar aptidões e habilidades que o diferencie dos concorrentes e se tornar um agente de inovação que desenvolva itens de necessidade da sociedade, gerando lucro e valor agregado ao seu negócio com sucesso.

Conclui-se que o espírito empreendedor caracterizado pela liderança, paixão, perseverança, tenacidade, visão e um plano de negócios estruturado e eficiente torna um empreendedorismo uma grande estratégia de negócios à medida que as metas são definidas e os riscos devidamente calculados para tornar o negócio promissor, atingindo com sucesso objetivos e metas a ele propostas.



REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 30. ed. São Paulo: Cultura 2006

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier 2008.

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

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas 2008.

LONGENECKER, Justin G. **Administração de pequenas empresas - Ênfase na gerencia empresarial**. São Paulo: Editora Makron Books 1998.

LUECKE, R. **Ferramentas para empreendedores: ferramentas e técnicas para desenvolver e expandir seus negócios**. Rio de Janeiro: Record 2007.

MALHEIROS, Rita de Cássia da Costa; FERLA, Luiz Alberto; CUNHA, Cristiano J. C. de Almeida. **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo**. 2. ed. Florianópolis: IEA 2005.

MCCRAW, Thomas, K. **O Profeta da Inovação: Joseph Schumpeter e a Destrução Criativa**. Rio de Janeiro: Editora Record 2012.

SCHUMPETER, J. A. **História da análise econômica**. Rio de Janeiro: USAID 2012.

SEBRAE NACIONAL; SEBRAE MG. **Como elaborar um plano de negócios**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 1, nov. 2016.

TIDD, Joe; BESSANT, John. **Gestão da Inovação**. 5. Ed. Porto Alegre: Bookman 2015.