

# O ATO EMPREENDEDOR

## LUIZ RICARDO MANGILI

Graduado em Administração de Empresas pela Faculdade Interior Paulista FIP. Pós-graduado em Marketing pela UNIP. Pós-graduado em Docência do Ensino Superior. Professor Universitário na Faculdade Gran Tietê.  
E-mail: ricmangili@hotmail.com

### RESUMO

Não somos uma nação conhecida por geração de empregos, mas somos natos em negociar. As ferramentas empreendedoras, assim como as características são os dois principais pilares para o ato empreendedor. Em um passo de cada vez, o que era uma simples ideia pode ser transformado em um negócio lucrativo. Esse artigo alerta sobre as armadilhas e o que pode ser evitado, lembrando que surpresas, sempre aparecerão. O Terceiro pilar, porém, não menos importante é a estratégia bem desenhada, bem estruturada, bem alicerçada nas preliminares do seu projeto. O significado do coração sobre empreender é o fato de acreditar, se arriscar, ter a visão futura do mercado é ter a capacidade de enxergar oportunidades onde a maioria enxerga dificuldades e problemas; é a forma como você encara as dificuldades, transformando em negócios lucrativos.

**Palavra-chave:** Empreender. Estratégia. Lucro. Ferramentas. Mercado.

### ABSTRACT

We are not a nation known for job creation, but we are born to negotiate. Entrepreneurial tools as well as characteristics are the two main pillars for the entrepreneurial act. One step at a time, what was once a simple idea can be turned into a profitable business. This article warns of pitfalls and what can be avoided by remembering that surprises will always come. The third pillar, however, no less important is the well-designed, well-structured strategy, well-grounded in your project preliminaries. The heart of entrepreneurship is that believing, taking risks, having a future view of the market is having the ability to see opportunities where most see difficulties and problems; It is the way you face difficulties turning into profitable businesses.

**KEYWORD:** Undertake. Strategy. Profit. Tools. Marketplace.

### RESUMEN

No somos una nación conocida por la creación de empleo, pero nacimos para negociar. Las herramientas empresariales y las características son los dos pilares principales del acto empresarial. Un paso a la vez, lo que una vez fue una idea simple puede convertirse en un negocio rentable. Este artículo advierte sobre las trampas y lo que se puede evitar al recordar que las sorpresas siempre vendrán. El tercer pilar, sin embargo, no menos importante es la estrategia bien diseñada y bien estructurada, bien fundamentada en los preliminares de su proyecto. El corazón del emprendimiento es que creer, tomar riesgos, tener una visión futura del mercado es tener la capacidad de ver oportunidades donde la mayoría ve dificultades y problemas; Es la forma en que enfrenta dificultades para convertirse en negocios rentables.

**PALABRA-CLAVE:** Empreender. Estrategia. Ganancia. Herramientas Mercado

## 1. INTRODUÇÃO

Empreendedorismo, no cerne da palavra, significa empreender. Se aprofundarmos mais no tema seria resolver problemas ou situações embaraçosas. Termo esse, muito utilizado no campo empresarial e na maioria das vezes, relacionados com a criação de empresas, produtos ou novos serviços. Empreender é empregar e agregar valores, ter um olhar em algo que transforme oportunidades e em um negócio lucrativo.

Neste artigo, serão abordados de uma forma simples e dinâmica os passos para tornar um projeto, uma ideia ou um sonho em realidade. Nos dias atuais, ouvimos muito as palavras empreendedores e empreendedorismo, entende-se que diferem de empresários e empreendimentos, em uma ação rápida e prática será desmistificado esse assunto em nosso país que passa a ser vitrine dessas ações. No Brasil, possuímos 39% da população economicamente ativa

dona do seu próprio negócio. A revista Pequenas Empresas, Grandes Negócios, de 08 de abril de 2019, informou que o dado faz parte de um estudo da consultoria McKinsey, realizado em parceria com o evento *Brazil at Silicon Valley*, apontando o Brasil como um país de empreendedores". (PEGN, 2019).

O conceito de empreendedorismo foi utilizado inicialmente pelo economista Joseph Schumpeter, em 1950, economista e cientista político austríaco. Considerado um dos mais importantes economistas da primeira metade do século XX, e foi um dos primeiros a considerar as inovações tecnológicas como motor do desenvolvimento capitalista (WIKIPÉDIA, 2019).

Esses resultados apontados pelo estudo mostra um crescimento em potencial, evidenciado pela McKinsey, do ecossistema empreendedor brasileiro. Mas algumas melhoras ainda são necessárias.

## 2. EMPREENDEDOR E EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo, de uma forma geral, é essencial nas sociedades, pois é através dele que as empresas buscam a inovação, de outro lado, passa a ser o grande salto para quem pretende ter o próprio negócio, ou por opção ou por vocação. Os empreendedores que procuram intensamente em transformar conhecimentos, ideias e sonhos em novos produtos ou serviços. Existem, inclusive, inúmeros cursos de nível superior com ênfase em empreendedorismo, para transformar e formar indivíduos para criar, inovar e modificar as organizações ou até mesmo seu próprio negócio, modificando assim o cenário econômico.

O empreendedorismo significa aplicar a atitude de empreendedor no âmbito corporativo, ou seja, de

uma empresa, de um micro negócio e até mesmo de uma simples ideia. A presença de empreendedores potencializa crescimento de uma organização ou até mesmo seu próprio negócio. Empreendedor por sua vez, é aquele que tem a iniciativa de empreender, de criar um negócio próprio, que sabe identificar as oportunidades onde muitos só enxergam problemas. É aquele indivíduo criativo, inovador, arrojado, visionário, que pensa fora da "caixa", que estabelece suas estratégias, que não aceita não como respostas, que planejam o seu futuro se arriscando para colocar em prática seus sonhos, planos e ideias e que nunca vai desistir no primeiro erro e sempre estar estudando. (BUSCAGLIA, 2006).

## 3. EMPREENDEDOR E EMPRESÁRIO

Empreendedor e empresário estão muito associados, porém, há uma pequena diferença entre os dois perfis.

O Empresário é que em seu cargo, gerencia um empreendimento, gerencia os recursos disponíveis, buscando o lucro e o crescimento sustentável da organização. Ocupa-se, também, de sua vida profissional e dos interesses de pessoas que acreditam no seu projeto, buscando o sucesso e a vida saudável da organização (CHIAVENATO, 2012).

O empreendedor é ser que pensa fora da caixa, arrojado, corajoso, dinâmico, motivado, incentivado

e tem um olhar próprio de ver os negócios, procura transformar seu sonho, apesar das dificuldades e barreiras, em realidade. Para ser empreendedor não necessariamente precisa abrir uma empresa, ele pode ser empreendedor em qualquer área que atue, como por exemplo, sendo ele um professor, um escritor, um médico, um industrial, um farmacêutico, um auxiliar de limpeza, etc. Basta tem em seu interior uma ato inovador, contribuir com ideias arrojadas, com soluções de problemas, sempre com o objetivo de criar algo em sua área de trabalho (ENDEAVOR, 2019).

## 4. A ESTRATÉGIA

Pode-se afirmar que o processo de criação, inovação passa a ser um ato empreendedor, quando executado através das estratégias.

De acordo com Drucker (2010), "do mesmo modo que o empreendedorismo requer gestão empreendedora, ou seja, práticas e políticas dentro da empresa, ele requer também práticas e políticas externas, no mercado".

Ou seja, o processo de execução da estratégica deve se orientar através das "contrapartidas" dos ambientes interno (comportamento das ações dos colaboradores junto à meta da empresa) e externo (condições econômicas, mercado, tributos e outros), isto é, a razão da sobrevivência da organização, essa atuação, não se restringe aos processos internos, dentro das estruturas físicas do negócio. O olhar tem que ser macro, do todo, do mundo dos negócios. (DRUCKER, 2010).

## 5. O ATO EMPREENDEDOR

Para Seelig (2011), o ato de ser empreendedor é um ato de liderança, pois ele está criando algo a partir do nada. Uma das grandes qualidades que definem a liderança é pegar os recursos que se tem agora e levá-los para um lugar melhor, para uma nova fase, uma nova era, ou no caso de um empreendedor, pegar uma ideia ou o sonho e transformá-lo em realidade.

Como ato Empreendedor é aquele que empreende, tomando a iniciativa de ter um próprio negócio, de realizar um sonho. Sabe identificar, como ninguém as oportunidades; onde a maioria encontra problemas e ele transforma em uma organização lucrativa. É o indivíduo que pensa constantemente em criatividade, inovação e novos caminhos, aquele, que também, estabelece estratégias para orientar para um futuro promissor. Sabe analisar o mercado e determina quais produtos ou serviços serão colocados no mercado. Vive estabelecendo metas, que inicia projetos, que analisa, busca e controla resultados, que visualiza e busca o sucesso promissor do seu empreendimento. (SEBRAE, 2018).

Ser um empreendedor que busca o sucesso, primeiramente é acreditar na sua capacidade de liderança, inovação, é estar motivado e motivar sua equipe, ter capacidade de planejar e pensar a longo prazo e dinamizar seu desempenho no curto prazo. O bom empreendedor é aquele que analisa, estuda, identifica, define, decide e monitora o resultado e o

Em qualquer ação empreendida pelos membros da organização, poderão causar impactos diretos na comunidade onde estão inseridos. E o ato de empreender pressupõe correr alguns riscos e que impactos ocorrerão, podendo ser positivos ou negativos, pois a escolha de uma estratégia empreendedora, tem que ser analisada, estudada, compartilhada com membros da equipe para que possa combinar com alguma inovação ou reinvenção de uma negócio, por isso, uma decisão de alto risco a ser tomada e decidida( ENDEAVOR, 2019).

Existem diversas problemáticas e múltiplas estratégias que podem ser adotadas, combinadas ou não. A estratégia em específico, atrelada a um belo planejamento, tem maior possibilidade de alcance de sucesso. Ela produz um grande rendimento para o usuário e maior capacidade de produção de riqueza.

desempenho do seu negócio. É aquele que descobre e enxerga as armadilhas do mercado e que programa novos rumos e ferramentas em busca de resultados eficazes. (BUSCAGLIA, 2006).

Pode-se basear imediatamente, um ícone como Steve Jobs: visionário, idealista, inovador e fundador de uma das empresas de tecnologia mais valiosas da história, que enriqueceu por meio do trabalho e deixou um legado para as próximas gerações.

Ou alguém que tomou a decisão de abrir uma pastelaria em um bairro afastado do centro da cidade e já trocou de carro por causa do sucesso do negócio. (DORNELAS, 2018)

Para algumas pessoas, segundo Sita (2016), empregar funcionários, ser capaz de honrar as contas com fornecedores e instituições, pagar as contas em dia e prestar um serviço de qualidade é uma bela definição de sucesso. Para outros, porém, sucesso significa acumular fortunas para várias gerações, mudar o panorama do mercado em algum segmento, colocar o próprio nome na história e virar celebridade.

É por isso que a resposta para essa indagação diz muito mais sobre você do que sobre o empreendedorismo. Um empreendedor de sucesso, procura converter suas ideias em negócios e assim ganhar dinheiro, emprega pessoas capacitadas e faz uma diferença positiva na vida de seus clientes.

## 6. CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Acreditava-se, por um bom tempo, segundo Dolabela (2014), que se nascia empreendedor ou não tinha como se desenvolver um empreendedor. Tese essa, que caiu por terra quando estudiosos do empreendedorismo e comportamento humano começaram a estudar e mapear comportamentos empreendedores e identificaram que era possível sim desenvolver uma atitude empreendedora.

O SEBRAE – SP, através de um dos órgãos mais competentes em empreendedorismo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), (Monitor Global de Empreendedorismo), a GEM é uma avaliação anual do nível nacional de atividade empreendedora em diversos países. Com sede em Londres, Inglaterra, a GEM é hoje o maior estudo em andamento sobre dinâmica empresarial no mundo. E pontua algumas características primordiais para os empreendedores.

### A Busca de Oportunidades e Iniciativa

O empreendedor tem atitude proativa e desenvolve a capacidade de se antecipar aos fatos criando oportunidades de negócios com novos produtos e serviços.

### A Persistência

Não desiste diante dos obstáculos, desenvolve a habilidade de enfrenta-los para alcançar o sucesso. Esforça-se além da média para atingir seus objetivos.

### Corre riscos calculados

Assume desafios e responde por eles. Procura avaliar alternativas para tomar as decisões certas, reduzindo as chances de erros.

### Exigência de qualidade e eficiência

Disposição para fazer sempre mais e melhor. Tem a característica, continuamente, de melhorar seu negócio ou seus produtos, sempre busca exceder as expectativas dos clientes, vive criando novos procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade.

### Comprometimento

Esta característica envolve sacrifício pessoal. Essa atitude aparece quando o empreendedor traz para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso, atua sempre em conjunto com a sua equipe para atingir

os resultados, colocando sempre o relacionamento com os clientes acima das necessidades de curto prazo.

### Busca de informações

Constantes informações sobre clientes, fornecedores, concorrentes e sobre o próprio negócio. Busca apoio e orientação de especialistas para decidir.

### Estabelecimento de metas

Sabe estabelecer objetivos que sejam claros para a empresa, tanto em longo como em curto prazo. Sempre estará perseguindo objetivos desafiantes e importantes para si mesmo, tem objetiva e clara a visão de longo prazo criando objetivos mensuráveis, com indicadores de resultado.

### Planejamento e monitoramento sistemático

Desenvolve tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos para que os resultados possam ser medidos e avaliados. Sempre agindo por etapas, acompanhando os indicadores financeiros para no momento certo, tomar decisões.

### Persuasão e o *Networking* (rede de contatos)

Procura se relacionar com pessoas chaves, que possam ajudar a atingir os objetivos do seu negócio. Desenvolve redes de contatos e constrói bons relacionamentos comerciais.

### Independência e autoconfiança

Desenvolve a autonomia para agir e manter sempre a confiança no sucesso. Confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros, é otimista e determinado, mesmo diante da oposição, transmite confiança na sua própria capacidade.

O empreendedor com as características, visões do futuro e competências bem desenvolvidas geralmente tem a capacidade de perceber oportunidades de negócio com mais facilidade e antes do senso comum. O empreendedor, Segundo (Sabbag, 2018) tem um inconformismo com coisas comuns ao seu redor, busca por mudanças constantemente e por seus próprios resultados. Ele altamente apaixonada pelo que faz, motivada, se destaca e busca reconhecimento intencionando deixar um legado.

Mesmo com as características empreendedora,

existem outros pontos a ser relacionados, segundo os estudos de Sosnowiski (2018):

Mude sua mentalidade constantemente

O foco deve ser para o novo, maximizando o sucesso. Exercite essa mudança todos os dias, juntamente com novos processos, novas crenças e valores, formados pelo ambiente onde vivemos.

Expresse ideias de forma objetiva e clara

A comunicação escrita e verbal deve ser encarada como uma arte, pois surgirão problemas e você deverá estar apto a resolvê-los. Tenha objetividade ao relatar seu projeto.

Trabalhar muito

Haverá trabalhos chatos a serem desenvolvidos, precisa ter em mente, que serão necessários.

Resolver problemas

Controle emocional, criatividade, análises e frieza para criar soluções que resolvam o problema e evitem que ele apareça de novo.

Querer crescer sempre

A jornada é árdua e cheia de obstáculos, a estagnação não faz parte do contexto, pois ele buscará o sucesso incansavelmente.

Ter resiliência

As lutas serão diárias para que o negócio funcione, necessita estar atento às mudanças repentinas e criar novas estratégias, para se manter ativo no mercado.

Ser automotivado

Sempre buscar estímulos, através de sonhos e desejos para que sirvam de combustível para os

próximos passos.

Atualizar seu *network* (rede de relacionamentos)

Manter os existentes e buscar por novos contatos, através das mídias sociais, grupos de investidores, feiras, apresentações em faculdades, entre outras.

Mudar sempre

Mundialmente as informações se transformam em uma velocidade alucinante, com isso, faz com que o empreendedor fique atendo as mudanças globais.

Ter um modelo de negócio definido

O *business model canvas* (modelo de negócios cartográfico) é uma das ferramentas, que poderá ajudar a definir seu negócio e deve estar facilmente aos olhos das pessoas envolvidas nos processos. É um pequeno cartaz, dividido em nove passos para apresentar as primeiras respostas acerca do negócio.

Planejar, mas executar

Sempre atento a novos planejamentos sempre que ocorrer problemas, dificuldades, obstáculos, mas rapidamente, colocar a empresa no trilho.

Apaixone-se pelo seu próprio negócio

Se necessário, descubra uma nova paixão para os clientes em potencial, faça seu negócio atingir esse objetivo. Se apaixone pelos clientes e conquiste-os.

Aceite *feedbacks* (retorno de suas ações, críticas e sugestões)

Quando positivos, mantenha a reta do negócio, cuidados são essenciais nesse momento; se for negativo, minimize e reconheça de que ninguém é perfeito e que quanto mais maleável você for, maiores serão as chances de obter sucesso.

## 7. OS CAMINHOS PARA TORNAR UMA IDEIA EM UM NEGÓCIO

A revista Exame de 08 de dezembro de 2015, informa que há uma distância muito grande entre uma ideia e um produto vendável. No intuito de reduzir essa distância, seria preciso seguir alguns passos:

1 – Faça uma pesquisa de mercado específica

Importante atentar-se pelo fato se já não existe patente, ou por informações confiáveis sobre o seu negócio. É de extrema importância averiguar se existe uma massa de consumidores disposta a usar o seu produto ou serviço.

2 – Confirme se a ideia é tecnicamente viável

As coisas geralmente são mais difíceis do que parecem e o empreendedor precisa ter claramente se as evidências para o projeto será viável tecnicamente antes de entrar no plano de negócios.

3 – Apresente um resumo eficaz

Em um primeiro momento, o empreendedor deve fazer um sumário executivo de poucas páginas para entender o próprio negócio. Esse processo torna mais fácil a visualização de todo o contexto e serve como um teste para a avaliação da ideia antes de todo o esforço de um plano detalhado.

#### 4 – Faça projeções financeiras para cinco anos

Importante nesse processo promover e analisar os custos reais, não é fácil, mas salutar para os negócios. Serão esses elementos que poderão avaliar o potencial de sucesso.

## 8. FERRAMENTAS EMPREENDEDORAS

Para se tornar mais produtivo, dentre as ferramentas que possam auxiliar os empreendedores, destacam-se algumas, para nortear as tomadas de decisões e os passos a seguir, Segundo Sosnowski (2018), seriam elas:

### 5W2H: um plano de ação para empreendedores

Essa ferramenta, apontada pela Revista PEGN (pequenas empresas grandes negócios) de 2019, indica a possibilidade e análise de como colocar um plano em ação, ela é um verdadeiro checklist para fazer cumprir etapas antes de iniciar um novo projeto. Com essa ferramenta, podem-se executar as seguintes perguntas:

- O que (What) deve ser feito?
- Por que (Why) deve ser implementado?
- Quem (Who) é o responsável pela ação?
- Onde (Where) deve ser executado?
- Quando (When) deve ser implementado?
- Como (How) deve ser conduzido?
- Quanto (How much) vai custar a implementação?

### Matriz de gestão do tempo

Na velocidade do crescimento dos negócios, necessita diferenciar o que é urgente do que é importante. Essa rotina suga as energias do empreendedor, deixando de lado o tempo que ele deveria dedicar às decisões estratégicas. Com essa matriz, você preenche quatro quadrantes incluindo tudo o que é (PEGN, 2019):

- Não importante e urgente
- Importante e urgente
- Importante e não urgente
- Não importante e não urgente

Para cada quadrante, existe uma ação a ser tomada, desde “faça imediatamente”, até “elimine da sua lista”.

5 – Comece a busca pelos recursos mais importantes  
Contratação da equipe, busca de capital para os primeiros meses e a escolha das tecnologias e dos fornecedores serão fundamentais nos processos para o funcionamento do seu produto ou serviço.

### 5S para empreendedores

Carvalho (2011, p.37), na questão da qualidade, pontua a filosofia do 5S, funciona para manter o local de trabalho, a empresa e até a vida pessoal mais organizada e eficiente, por meio da disciplina. Cada palavra tem um significado específico:

- Seiri–Classificar
- Seiton–Organizar
- Seisô–Limpar
- Seiketsu–Padronizar
- Shitsuke–Manter

### Plano de marketing para empreendedores

A lógica AIDALA, segundo Sita (2016, p.109), é um plano de marketing, que pode ser aplicado para a formação de clientes mais leais à sua marca. Com essas perguntas feitas em cada etapa, você pode tomar decisões a respeito dos 4 Os do marketing (Preço, Praça, Promoção e Produto).

As seis etapas correspondem a:

- Atenção
- Interesse
- Desejo
- Ação
- Lealdade
- Apóstolo

### Planilha para projeção de vendas

Essa ferramenta, para Sita (2016, p.104) permite que o empreendedor faça reflexões antes de definir o volume de vendas projetado. Importante os seguintes questionamentos:

- Sazonalidade do produto;
- Comparativos de outras empresas do mesmo setor;
- Curva de aprendizagem;

### Captação de clientes: grandes contas

Essa ferramenta oferece ao empreendedor, um roteiro para contato com grandes empresas. Facilita a criação de um processo consistente de vendas. Entre as etapas, estão (DOLABELA, 2014, p.149):

- Estratégia de clientes de grande porte
- Priorização das empresas-alvo
- Inteligência competitiva
- Lista de tomadores de decisão
- Discurso de venda e roteiro de venda persuasiva
- Checklist de manutenção dos clientes já conquistados

### Business Model Canvas

O Canvas, para Buscaglia (2006, p.92) é uma forma visual e simplificada do modelo de negócios da sua empresa. Incluem-se informações sobre:

- Segmentos de clientes
- Proposta de valor
- Canais
- Relacionamento com o cliente
- Fontes de receitas
- Recursos-chave
- Atividades-chave
- Parcerias-chave
- Estrutura de custos

### Design thinking para pequenas e médias empresas

É inovação centrada no usuário. Sabbag (2018, p.83) informa ser uma metodologia que tem como objetivo principal desenvolver experiências de consumo:

- Desejáveis pelo consumidor
- Rentáveis para o negócio
- Viáveis tecnologicamente

### Job to be done (trabalho a ser feito) para empreendedores

## 9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreender em tempos incertos é um grande desafio, porém, os fortes sobreviverão. Com as dicas apresentadas nesse artigo, acredita-se que a possibilidade do fracasso e dos erros, podem ser amenizados. E como disse Buscaglia (2006), o empreendedor visionário e do futuro é aquele indivíduo criativo, inovador, arrojado, visionário, que pensa fora da “caixa”, que estabelece suas estratégias, que não aceita não como respostas, que planejam o seu futuro se arriscando para colocar em prática seus sonhos, planos e ideias e que nunca vai desistir no primeiro erro e sempre estar estudando.

Suma importância à utilização das ferramentas

Todo produto resolve um problema do consumidor Para descobrir qual é o job to be done da sua empresa (CHIAVENATO, 2012, p.219):

- Defina o produto ou serviço que deseja trabalhar;
- Descubra todas as tarefas que seu produto executa para o cliente;
- Priorize os jobs que aumentam suas vendas;
- Aprenda com outras soluções que resolvem os mesmos problemas que você;
- Crie uma experiência de consumo em torno disso;
- Valide a experiência com o cliente e coloque para rodar!

### Mapa de empatia para empreendedores

Se os melhores produtos, segundo Dornelas (2018, p.107) são aqueles criados a partir da perspectiva do cliente, use esse mapa visual para orientar o brainstorming de criação de novos produtos. Serve de apoio para entender o que o cliente:

- Diz
- Faz
- Vê
- Pensa
- Sente
- Ouve

### Definição de metas

O que não pode ser medido, não pode ser gerido. Por isso, para Seelig (2011), mesmo sendo um pequeno negócio, é muito importante definir, para o sucesso, indicadores que possam mensurar a evolução da empresa no dia a dia. A solução proposta nessa ferramenta é uma versão simplificada para as metas de ação, onde e como fazer, pode ser simples, mas o empreendedor, precisa saber as ações a serem propostas e tomadas, qual caminho vai percorrer o 5W2H ajudará nessa etapa.

para evitar os tropeços e as armadilhas, mesmo assim, não estará isento de erros, necessário sempre estar alinhando o planejamento estabelecido com as metas, sempre que necessário replanejar, verificar os indicadores, acompanhar o mercado e estar atento às mudanças mercadológicas.

A consultoria McKinsey (PEGN, 2019), em sua última pesquisa, realizado em apontando o Brasil como um país de empreendedores", então é planejar, analisar e ter foco no negócio para tirar aquela ideia do papel e transformar em algo lucrativo. Sempre permeando as características empreendedoras.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://exame.abril.com.br/pme/5-passos-para-sua-ideia-de-negocio-virar-realidade/> (Acessado: 20/08/2019).

<https://exame.abril.com.br/negocios/ato-ser-empendedor-fato-ato-lideranca-592810/> (Acessado: 19/08/2019).

<https://saiadolugar.com.br/quais-sao-as-caracteristicas-do-empendedor/> (ACESSADO 19/08/2019).

<https://exame.abril.com.br/pme/5-passos-para-sua-ideia-de-negocio-virar-realidade/> (Acessado: 20/08/2019)

<https://endeavor.org.br/endeavor-recomenda/10-ferramentas-mais-baixadas-por-empendedores-com-desafios-de-crescimento/> (ACESSADO: 10/07/2019)

<https://revistapegn.globo.com/Empendedorismo/noticia/2019/04/brasil-e-um-pais-de-empendedores-aponta-estudo-da-mckinsey.html> (ACESSADO:20/08/19)

BUSCAGLIA, Leo. Vivendo, amando & aprendendo. 29. ed. Rio de Janeiro: Nova Era, 2006.

SEELIG, Tina. Se eu soubesse aos 20. São Paulo: Editora Da Boa Prosa, 2011

DORNELAS, José. Transformando ideias em negócios. São Paulo empreende, 2018 7ª edição.

DORNELAS, José. Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. São Paulo, empreende, 2018 – 2ª edição

SITA, Mauricio. Empreendedor Total. Literare Books, 2016 são Paulo.

SABBAG, Paulo Yazici. Inovação, estratégia, empreendedorismo em crise. 1ª EDIÇÃO – 2018. Alta Books.

Dolabela, Fernando. Empreendedorismo na base da pirâmide. ELSEVIER/ALTA BOOKS. 2014 – 1ª edição.

SOSNOWSKI ,ALICE SALVO. Empreendedorismo Para Leigos. STARLIN ALTA CONSULTORIA E EDITORA LTDA 1ª edição 2018.

CHIAVENATO, IDALBERTO. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 4ª 2012. Editora Manole. SÃO PAULO

<https://www.gemconsortium.org/> (Acessado: 20/08/19).

CARVALHO. Pedro Carlos. O programa 5 s e a qualidade total. Alinea. 5.Ed. 2011 – Rio de Janeiro RJ.