

**Identificando características empreendedoras: caso de uma empresa no ramo de prestação de serviços na cidade de Ponta Grossa/PR.**

Kelryn Dos Santos (Faculdades Ponta Grossa-FacPG)

[igorekelrynsantos@hotmail.com](mailto:igorekelrynsantos@hotmail.com)

Suelen Ap de O Batista (Faculdades Ponta Grossa-FacPG)

[suelen-batista94@hotmail.com](mailto:suelen-batista94@hotmail.com)

Skarlet Bueno Chem (Faculdades Ponta Grossa-FacPG)

[skarletbuenochem@hotmail.com](mailto:skarletbuenochem@hotmail.com)

Leozenir Mendes Betim (Faculdades Ponta Grossa-FacPG) [leo.mendes@faculdadespontagrossa.com.br](mailto:leo.mendes@faculdadespontagrossa.com.br)

Gabriella de Menezes Baldão (Faculdades Ponta Grossa-FacPG) [gabriella\_gmb@yahoo.com.br](mailto:gabriella_gmb@yahoo.com.br)

**Resumo**

No mundo atual o tema empreendedorismo vem sendo muito discutido. Com o aumento elevado de desemprego muitas pessoas sem alternativa começam a criar novos negócios, assim transformando seus sonhos em realidade. Neste contexto, o objetivo deste artigo é identificar as características empreendedoras presentes na gestão de uma empresa prestadora de serviços da cidade de Ponta Grossa - PR. A metodologia adotada classifica a pesquisa como estudo de caso, bibliográfica e participativa, sendo a mesma classificada de acordo com sua natureza como exploratória. Utilizou uma entrevista estruturada com 37 questões adaptadas por Dolabela (1999), aplicada no mês de outubro de 2015 ao gestor da empresa Beta. Determinamos que o gestor em questão é capaz de gerenciar com a energia de motivar seus colaboradores definindo sua visão, concentrando-a e mostrando a direção como uma referência, atingindo assim suas metas. O resultado obtido foi satisfatório, apontando a existência de um perfil empreendedor com características, que vão de encontro com os resultados da pesquisa, e mostram um gerenciamento baseado no novo paradigma de líder, sendo os três princípios: explorar, alinhar e dar autonomia. Conclui-se que a ideia de poder confrontar um estudo de caso com a realidade encontrada foi de grande importância, permitindo identificar um empreendedor nato e justificar tais características apoiada nos estudos bibliográficos.

**Palavras chave:** Empreendedorismo, Gestão empreendedora, Prestação de serviço, Estudo de caso.

**Abstract**

In today's world, the theme entrepreneurship has been much discussed. With the high increase of unemployment many alternative without people begin to create new businesses, thus turning your dreams into reality. In this context, the purpose of this article is to identify entrepreneurial characteristics present in the management of a company providing the city of Ponta Grossa services - PR. The methodology classifies research as a case study, literature and participatory, being classified according to their nature as exploratory. He used a structured interview with 37 questions adapted by Dolabella (1999) applied in October 2015 to Beta company manager. We determined that the manager in question is able to manage the energy to motivate their employees by defining your vision, concentrating it and showing the direction as a reference, thus reaching your goals. The result was satisfactory, indicating the existence of an entrepreneurial profile with characteristics that meet with the search results, and show a management based on the new leadership paradigm, the three principles are: to explore, align and empower. It follows that the idea of ​​being able to confront a case study with reality found was of great importance, allowing the identification of a born entrepreneur and justify such features supported in bibliographical studies.

**Key-words**: Entrepreneurship, entrepreneurial management, service delivery, case study.

**1 INTRODUÇÃO**

No mundo atual o tema empreendedorismo vem sendo muito discutido. Com aumento elevado de desemprego muitas pessoas sem alternativa começam a criar novos negócios, assim transformando seus sonhos em realidade, porém não basta ter algo inovador, tem que haver um planejamento inicial. Diante desse contexto, o plano de negócio, surge como um “documento preparado pelo empreendedor no qual são descritos todos os elementos externos e internos relevantes para o início de um novo empreendimento. ” (SHEPHERD; PETER; HISRICH,2014, p. 155).

Baseando-se nessas informações apresentadas, verifica-se que o empreendedorismo é o fator essencial na empresa independente do ramo. A procura por inovação e criatividade vem sendo a chave para o colaborador crescer e desenvolver-se profissionalmente ou o gestor produzir ideias que aumentem a competitividade e evolução de sua empresa, porem deve-se conhecer a fundo o produto, a missão, a visão do futuro, os funcionários, e a chave do sucesso é manter a satisfação do cliente, afinal o mesmo colabora para o crescimento da empresa.

Compreende-se que atualmente no ramo de prestação de serviço, e a importância do tema empreendedorismo discutido tem relevância já que a competitividade do mercado exige muito de um gestor, principalmente nos dias atuais. Normalmente busca-se rotular uma personalidade como modelo e fixar características que sejam incorporadas, porém, as vezes surgem várias maneiras de expressar o mesmo intuito, mas representados inversamente.

O líder do futuro, ou do próximo milênio, será alguém capaz de desenvolver uma cultura ou um sistema de valor baseado em princípios. (HESSELBEIN; GOLDSMITH; BECKHARD, 1996, p.159)

Neste contexto, o objetivo deste artigo é identificar as características empreendedoras, presentes na gestão de uma empresa prestadora de serviços na cidade de Ponta Grossa/PR.

**2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Nos últimos tempos o cenário econômico vem sendo inspirado nos países desenvolvidos, que buscam equilibrar a renda em troca de uma qualidade de vida melhor. Outro fato seria incluir a matéria de empreendedorismo no currículo escolar, aumentando o desenvolvimento e gerando um setor econômico mais alto. (PESSOA; SOARES NETO; NASCIMENTO 2009).

Schumpeter (1949, apud DORNELAS 2014, p.28). Afirma que “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. ”

Nesse contexto Dornelas (2014) ressalta que

Nos últimos anos, após várias tentativas de estabilização da economia e da imposição advinda do fenômeno da globalização, muitas grandes empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado.

Para Muniz (2008 apud OLIVEIRA FILHO et al; 2013, p. 2) "A primeira citação do termo empreendedorismo foi feita em 1734 pelo escritor e economista Contillon quando buscava diferenciar o empreendedor, pessoa que assumia os riscos, do capitalismo, aquele que fornecia capital. ”

Concordando também com Dornelas (2014) podemos dizer que o empreendedorismo pode ser definido como o envolvimento de pessoas e processos que transformam as ideias em oportunidades, conduzindo uma criação de sucesso quando bem implementadas.

Oliveira Filho et al (2013 p.2) afirma que “ Todos os dias novos empreendimentos surgem [...], porém o que fará a diferença efetivamente no sucesso ou fracasso da empresa será a gestão eficaz ou não do empreendimento em questão”.

"O empreendedor do próprio negócio é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados". (DORNELAS, 2014, p. 28)

Relembrando os princípios de Henry Fayol no século XX, Dornelas (2014) afirma que o "administrador concentra se no ato de planejar, organizar, dirigir e controlar assim diferenciando se do empreendedor."

As características mais relevantes para o empreendedorismo são: a crença no controle dos eventos, tolerância, ser independente, identificar oportunidades. Ser líder é saber comunicar-se e interagir com o meio social, ter honestidade, confiança, inteligência, interessar-se nos outros e trabalhar em equipe. (ARMOND; NASSIF, 2009).

Segundo Souza (2004, p.4), “desenvolver o perfil empreendedor é capacitar [...] para que crie, conduza e implemente o processo criativo de elaborar novos planos de vida, [...] com isso, responsável pelo seu próprio desenvolvimento e o de sua organização. ”

Arnold e Nassif (2009) cita que a liderança como elemento de perfil comportamental do empreendedor e a sua relação com o processo de mudança organizacional é inteligente e estimula pesquisa nesse campo. [...] O empreendedor não é alguém que é de determinada maneira, mas se comporta de determinada maneira.

Baseado em Oliveira Filho et al (2013) "é fundamental para o empreendedor ter postura desde o início do negócio até a sua gestão por um todo".

A primeira função do líder, portanto, é ser um modelo da liderança baseada em princípios. (HESSELBEIN; GOLDSMITH; BECKHARD, 1996, p.161)

“Mas talentos sem idéias é como uma semente sem água. ” (DORNELAS 2014, p.31)

Deixa-se claro que um empreendedor com talento deve ter percepção, direção, dedicação e muito esforço para fazer acontecer. Onde tem um talento existe a possibilidade de crescimento. (DORNELAS 2014)

Drucker (1996), afirma que “estes lideres voltados para o aprendizado não resistirão a mudanças; eles a abraçarão. ”

Em função disso, afirma-se que as novas características empreendedoras devem estar voltadas para o futuro.

**3. METODOLOGIA**

O artigo foi desenvolvido apoiando-se em uma entrevista estruturada, composta por 37 questões abertas adaptada por Dolabela (1999) e aplicada no mês de outubro de 2015 na empresa Beta na cidade de Ponta Grossa - PR, onde o entrevistado respondeu efetivamente, oportunizando também a participação efetiva dos funcionários. “Por conseguinte, o conhecimento cientifico não é dogmático. Ao contrário, é aberto precisamente porque reconhece ser falível. ” (GALLIANO,1986, p.30).

A pesquisa foi classificada como exploratória onde Gil (2007) aponta que “Esta pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explicito a constituir hipótese”. No contexto qualitativo Creswell (2010) relata que “as estratégias de investigação escolhidas em um projeto qualitativo têm uma enorme influência sobre os procedimentos que, mesmo nas estratégias, são nada uniformes. ”

Em relação à área técnica é classificada como bibliográfica. “ A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. ” (GIL, 1946. p.45).

E por fim a pesquisa enquadra se como estudo de caso e participativa. De acordo com Gil (1946) o estudo de caso ajuda a “explorar situações da vida real cujos limites não estão claramente definidos” e ainda justifica que “a pesquisa participante [...] caracteriza se pela interação entre pesquisadores e membros das situações investigadas”.

**4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

**4.1 Caracterização e origem da empresa**

A empresa Beta instalou-se em Ponta Grossa em 1990, possuindo apenas dois sócios, sendo que o entrevistado trabalha por sistema de franquia e não possui ensino superior e experiências anteriores no ramo. Vale ressaltar que provem de uma cidade do interior em busca do sucesso profissional. O entrevistado afirma que a maior motivação foi: A expectativa de mudar de vida.

Trecho relatado pelo entrevistado:

“Nós viemos para cá acreditando apenas em mudar de vida nós não tínhamos nada concreto só o sonho e a nossa forca de vontade. ”

“Eu acreditava no meu instinto de fazer algo diferente”

Para uma boa gestão no meio empreendedor o mercado nos exige um perfil diferenciado. Estarmos empregados e progredir é fruto de pessoas competentes e eficazes, e não se fazem de lamentos e auto piedade comum no funcionalismo público; mas a criatividade, a inovação é capaz de formar novos paradigmas e motivar os profissionais a serem parte da empresa e não coadjuvantes. (SCHENATTO; LEZANA, 2001).

O entrevistado trabalhava com agricultura, juntamente com sua família e deixou essa atividade para traz, acreditando e apostando no seu instinto empreendedor. A partir dessa reflexão podemos afirmar que existe um caso de empreendedorismo nato e também de necessidade. Em 2007 Dornelas justifica que o empreendedor nato começa do nada e criam grandes impérios e que suas referências maiores são sempre a figura paterna ou um exemplo especifico como Bill Gates e Silvio Santos. Já no quesito por necessidade o empreendedor cria o próprio negócio por que não tem alternativa.

Mais tarde, em Dornelas (2014, p. 25) afirma que: “A capacidade de ter visão e perseguir oportunidades aprimora-se com o tempo”.

Define-se, portanto, que a experiência para gerir um bom negócio pode vim com o tempo e que não necessariamente precise existir antecipadamente.

**4.2 Visões do negocio**

Diante das informações abordadas na pesquisa, averiguou-se que o dono da empresa entrou nesse mundo do empreendedorismo, não apenas pela força de vontade, mas também pela necessidade básica de suprir a carência financeira. Em função disso cita-se que “Empreendedores por necessidade são aqueles que iniciaram um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções para o trabalho e precisam abrir um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. ” (PORTAL BRASIL, 2012.)

Durante o relato o entrevistado informou que não houve nenhuma pesquisa de mercado, e nenhum estudo aprofundado sobre fornecedores, clientes e concorrentes, e ainda que não existiu ajuda de familiares ou amigos, apenas o franqueador como suporte, nesse sentido, ressalta-se que na visão de Hisrich, Peterrs e Shepherd (2014) “Possuir um plano de negócios geralmente vira criticado por ser um “sonho de gloria”, mas de início é o documento mais importante para um bom empreendedor”.

Trecho da entrevista:

“Nós não tínhamos experiência nenhuma, mas procuramos criar algo diferente sem olhar para a concorrência. ”

A partir desses levantamentos, observa-se que o entrevistado possui características de empreendedor nato, tendo em vista que foge dos padrões estereotipados pela maioria dos estudos sobre empreendedorismo, ressaltado por Dolabela em 2008 que "A figura do empreendedor é cercada de estereótipos, que muitas vezes não correspondem à realidade pesquisada e conflitam com as pesquisas."

Muitos acreditam que um empreendedor deve seguir regras para atingir um resultado positivo, porém Bernard Shaw (1961 apud DEGEN, 2004, p. 10, grifo do autor) foi muito feliz ao descrever o inconformismo [...] daqueles que tem grande necessidade de realizar. De acordo com ele: **“O homem racional adapta-se ao mundo, e o irracional tenta adaptar o mundo a si. Portanto, todo progresso depende do homem irracional”.** Nessa citação podemos então dizer que o diferente muitas vezes supera o conformismo e que a mudança de padrões as vezes e benéfica porque inova.

**4.3 Conceitos sobre si**

Observa-se que o entrevistado considerou como característica primária a persistência como foco maior, já que conhecia as dificuldades que enfrentaria como a mudança de cenário, o desprovimento econômico e a falta de especialização técnica. O mesmo afirma que a única habilidade que possuía era estritamente baseada em experiência de vida e que para dar um ponta pé inicial na sua empresa, uma das ferramentas usadas foi o benchmarking, pois a formação na área de administração ou qualquer curso voltado para esse empreendimento não existia de lado nenhum. “Benchmarking é um padrão ou ponto de referência para a comparação entre produtos, produtividade, serviços e processos. Indica um referencial de liderança. ” (LACOMBE; HEILBORN, 2003, p.470)

Trecho da entrevista:

“Tudo que fizemos foi baseado no dia a dia, sendo um aprendizado diário. ”

Contudo o mesmo corrobora que isso não afetou de modo algum o desenvolvimento da sua estrutura e o caminho que percorreu para alcançar o sucesso. O foco da carga horária da empresa é de 10 horas dia de segunda a sábado, sendo ainda que alguns domingos são usados para questões sociais. As férias são de aproximadamente 20 dias sendo coletivas, e o entrevistado em questão afirma cumprir a carga horária juntamente com seus colaboradores classificando-a como moderada. “ Lideres eficazes devem servir de ‘referencia’”. (HESSELBEIN; GOLDSMITH; BACKHARD, 1996, p.226)

Trecho da entrevista:

“No começo passávamos direto sem ter ao menos o domingo, hoje podemos fazer um horário mais definido, porem em alguns domingos ainda dedicamos para eventos sociais. Eu procuro estar sempre junto, não me esquivando do trabalho para dar exemplo a meus funcionários”.

**4.4 Trabalho com empreendedor e gestão empreendedora**

Quando indagado sobre o planejamento de sua empresa, o entrevistado considerou-o importante, porém descreveu que ele possuía a característica de delegar autoridade a seus funcionários, e que cada setor era responsável por seu cronograma mensal, mas que a palavra final permanecia sobre seu domínio, dessa forma Dornelas (2007) aponta que existe um ditado que diz “Que empreendedores não ganham escala, ou seja, concentram-se demais as decisões em sim mesmos e controlam todas as ações da empresa. ”

Trecho da entrevista:

“Aqui cada setor planeja suas atividades mensais ficando livres para criarem, porém tudo passa por mim, para a decisão final. ”

Atualmente muitas empresas possuem focos de empreendedorismo interno, sendo uma modalidade desenvolvida dentro da organização pelos colaboradores, dando a chance a aqueles que possuem capacidades diferentes de criar ideias inovadoras mesmo que indiretamente, sendo extremante valorizada. O empreendedorismo interno é um sistema revolucionário para promover inovações dentro das organizações. Isso por que motiva os empreendedores internos a satisfazerem uma necessidade pessoal de realização. (GOMES FILHO E HONESKO. 2004)

Um fato interessante é que o planejamento futuro ou a preocupação com a concorrência, não era uma prioridade dentro da empresa, e sim a concentração no cenário atual a curto e médio prazo.

Trecho da entrevista:

“Nós sempre nos preocupamos em dar o nosso melhor serviço do momento, sem nos preocuparmos muito com o futuro. ”

A área escolhida pelo entrevistado é o setor financeiro, especificamente controlado por si mesmo. Todo os colaboradores reportam-se diretamente ao entrevistado e a abertura é totalmente flexível, com relação ao questionamento sobre o método de administração utilizado, o mesmo refere-se ao dia a dia como instrumento para conduzir a gestão da empresa.

Trecho da entrevista:

“Eu me concentro na área financeira, porém gosto de estar a par de tudo que acontece dentro da empresa. “

“Procuro tratar bem meus colaboradores dando abertura para qualquer ideia que tiverem, desde que eu concorde com elas. “

“Vale observar que o nível de satisfação e realização pessoal foi colocado intencionalmente na base da pirâmide, sugerindo que os seres humanos são antes de tudo pessoa”. (HESSELBEIN; GOLDSMITH; BACKHARD, 1996, p.281)

Leva-se em conta que a motivação em fazer o colaborador sentir-se parte da empresa faz com que as oportunidades venham do próprio meio tendo em vista que a criatividade é aguçada em obter resultados positivos para reconhecimento por parte do gestor.

**4.5 Relações**

O entrevistado relata que tem informações sobre seus clientes, através de pesquisas feitas nas ruas e telemarketing através do telefone. Procura-se investir bastante em propagandas e ações sociais. “As estratégias de marketing são os meios e métodos que a empresa deverá utilizar para atingir seus objetivos”. (DORNELAS, 2014, p. 153). Referente aos concorrentes procura não estar ciente do que está acontecendo, assim acreditando no seu potencial. Tendo em vista tal afirmação lembra-se que Dornelas seria contrário a tal argumento, já que:

Conhecer a concorrência é dever de qualquer empreendedor que queira competir e vencer no mercado. A importância de uma análise criteriosa dos principais concorrentes fica evidente quando a empresa precisa estabelecer uma estratégia de marketing e conhecer quais alternativas de produtos / serviços existem no mercado no qual sua empresa atua e, ainda, por que seus clientes alvo optam por outros produtos. (DORNELAS, 2014, p.150)

Portanto as relações deixam mais uma vez, certa clareza de que o entrevistado possui uma grande autoconfiança, investindo no seu próprio serviço, procurando satisfazer seus clientes, sem preocupar-se com a concorrência.

**4.6 Lideranças**

Em questão de liderança o entrevistado descreve a si próprio como um líder que trata bem e respeita seus funcionários, a característica que considera mais importante é o bom relacionamento e a liderança através de respeito e não de autoritarismo, busca motivar seus funcionários para que trabalhem em harmonia e autoconfiança. “A partir de sua teoria sobre os empreendedores, David McClelland verificou que um dos traços mais importantes foi descrito como motivação de realização ou impulso para melhorar. ” McClelland (1961 apud CHIAVENATO; 2007. p. 23).

Trecho relatado pelo entrevistado:

“Procuro conhecer cada um dos meus colaboradores para saber o que cada um pode dar de melhor. ”

O que foi considerado importante para o entrevistado, foi o desenvolvimento da equipe e a convivência com os funcionários diariamente, buscando assim suas características, sua personalidade, suas ações e reações como pessoa, priorizando o empreendedorismo interno dentro da empresa, deixando-os livres para expor suas ideias e conhecimentos, contudo a aprovação final é dele. Segundo Hesselbein, Goldsmith e Backhard (1996), um bom líder é constituído de 3 características a de explorar, que é vincular o seu valor e sua visão as necessidades dos clientes, denominando como um caminho estratégico. A de alinhar, que seria assegurar a sua estrutura organizacional, sistemas e processos de modo a atender as necessidades dos clientes e ainda dar autonomia, que nada mais é, do que, despertar o talento adormecido de seus colaboradores, obtendo habilidade inteligência e criatividade utilizando tudo isso para o cumprimento da missão e visão de sua empresa.

Estas funções de modelagem de liderança baseada em princípios como explorar, alinhar, dar autonomia, representam um paradigma que é diferente do tradicional pensamento gerencial. (HESSELBEIN; GOLDSMITH; BACKHARD, 1996, p.163)

Concordamos com SCHEIN (1992 apud DRUCKER, 1996). “Incrível energia que um líder pode transmitir aos seus colaboradores através das suas convicções pessoais podendo ser chamado de líder animador. ”

**4.7 A empresa**

A dificuldade que a empresa enfrentou no início das suas atividades foi que a cidade de Ponta Grossa-PR, era muito tradicionalista e as pessoas olhavam com muita desconfiança o empreendimento novo que havia surgido. O entrevistado relata que para solucionar essa etapa que causou um pouco de receio no princípio, a providência que tomaram foi planejar com calma, sem apegar-se em expectativas.

O resultado para começar a atingir seu objetivo, foi um período de 8 a 10 meses, sendo citado a questão econômica como uma das maiores fraquezas da atualidade.

Trecho da entrevista:

“Com a crise econômica, esse foi o ano que mais fizemos investimento, tanto em estrutura como em funcionários capacitados. “

“Eu confio muito em meus colaboradores, estamos com uma equipe totalmente qualificada. ”

Segundo Chiavenato (2012, p. 08) “O que não resta dúvida é que os empreendedores sabem trabalhar com equipes e não apenas com indivíduos”

Os maiores potenciais que o entrevistado apontou foi o fato de seguirem padrões próprios sem copiar concorrência assim conquistando clientes pela modernidade e diferencial. A maior causa de sucesso da empresa em questão é a credibilidade, imprimir a satisfação e passar segurança a seus clientes.

O entrevistado acredita ter encontrado o sucesso e ponto de equilíbrio a partir da conquista dos seus clientes através da realização dos sonhos aqui buscados e através do atendimento personalizado.

Trecho do entrevistado:

“As pessoas vêm aqui em busca de um sonho e nós procuramos realiza-los. ”

“Vender conhecimento e muito fácil, porque conhecimento não tem preço. ”

Diante de tal argumento podemos constatar que o entrevistado encara seu empreendimento, esmerando-se na conotação em compará-lo com um sonho, demostrando que é feliz com seu sucesso diferenciado e reconfirmando a tese de aptidão nata por empreender seu negócio.

**4.8 ENCERRAMENTO DA ENTREVISTA**

Como frase final;

Trecho do entrevistado:

“Para imprimir credibilidade devemos fazer o cliente sentir se a vontade. Eu consegui o que queria buscando a satisfação de meus clientes e tendo segurança no meu empreendimento”.

**5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este artigo teve como objetivo identificar as características empreendedoras presentes na gestão de uma empresa do ramo de prestação de serviços na cidade de Ponta Grossa-PR, analisando a entrevista e confrontando com a bibliografia apresentada pode-se ter a certeza que o resultado foi atingido.

Com base nos resultados apresentados e na metodologia adotada, constatou-se que o gestor obtinha persistência e total convicção no sucesso de sua empresa, onde no seu início apresentava sinais de dificuldades e estava fora de um padrão pré-estabelecidos pela maioria dos pesquisadores.

Posto que, a empresa pesquisada apresentou superação de suas expectativas e capacidade de demonstrar habilidade de gerenciamento, evidenciando-as características do empreendedor como liderança, confiança, poder de decisão e pensamento inovador. Consequentemente pode se afirmar que estas características vão de encontro com a de uma empresa de sucesso.

Com a globalização da economia o fator essencial é determinar a qualidade e a satisfação de seus clientes. Ela nos ensina também que o (empowerment) sem dúvida controlam os resultados que buscamos. Determinamos que o gestor em questão é capaz de gerenciar com a energia de motivar seus colaboradores definindo sua visão, concentrando-a e mostrando a direção como uma referência, atingindo assim suas metas. Identificamos um novo paradigma de líder baseado nos três princípios: explorar, alinhar e dar autonomia.

Concluímos, portanto, que aprender com ideias novas, rotinas do dia a dia e acima de tudo ter autoconfiança aumenta a eficácia da liderança, nos proporcionando resultados positivos. Essas considerações são reforçadas quando apresentado um perfil empreendedor nato e que traz características inovadoras desprendendo se de qualquer rotulo, nos traz uma roupagem nova, de empreendedor do futuro.

A ideia de poder confrontar um estudo de caso com a realidade encontrada foi de grande valia permitindo identificar um empreendedor e justificar tais características apoiada nos estudos.

Acreditamos que um possível estudo futuro focado em empresas que se diferenciam da maioria, com as formas de gerenciamento moderno e participação dos funcionários como um todo, seria de importância relevante para a continuação da pesquisa.

**REFERÊNCIAS**

ARMOND, A.C; NASSIF. V. M. J. A liderança como elemento do comportamento empreendedor; **Um estudo exploratório**, São Paulo, v.10, n°.5, p.77-106, set/out. 2009

BRASIL, P. **Oportunidade e necessidade**. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/oportunidade-e-necessidade>. Acesso em: 28 abril. 2016.

CERVO, A.L; BERVIAN,P.A. **Metodologia Cientifica**. 4°.ed. São Paulo: MAKRON Books. 1996. 209 p.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo:** Dando asas ao espírito empreendedor. 4. Ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2012. p. 315.

CRESWELL, J.W. **Projeto de pesquisa:** métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3°.ed. Porto Alegre-RS: Artmed, 2010, 296 p.

DEGEN, R.J. **O empreendedor:** Fundamentos da iniciativa Empresarial**.** 8°.ed. São Paulo-SP: Pearson Education do Brasil LTDA, 2004. 368.p

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa.** Rio de Janeiro-RJ: GMT Editores Ltda, 2008. 304.p.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em negócios. 5ª. ed. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2014. 267. p.

\_\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo na pratica:** Mitos e verdades do empreendedor de sucesso**.** Rio de Janeiro-RJ: Elsevier Editora Ltda, 2007. 172. p.

DRUCKER, P.F. **O líder do futuro**. São Paulo: Futura, 1996. 316 p.

GALLIANO, G.A. **O Método Científico:** Teoria e Prática. São Paulo: Harbra, 1986, 200 p.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4°.ed. São Paulo-SP: Atlas, 2007, 175 p.

GOMES FILHO, A.C; HONESKO, A. **Qualidade e empreendedorismo em unidades de informações:** Uma proposta integrada. Guarapuava-PR: Unicentro, 2004. 117. p.

HISRICH,D.H; PETERS,M.S; SHEPHERD,D.A. **Empreendedorismo**. 9°.ed. Porto Alegre-RS: AMGH EDITORA Ltda, 2014. 480 p.

LACOMBE, F; HEILBORN. G. **Administração:** Princípios e tendências. 2°.ed. São Paulo-SP : Saraiva, 2003. 560 p.

OLIVEIRA FILHO, J.E et al. **Identificação do perfil empreendedor: caso da empresa Musardo´s Consultoria digital da cidade de Curitiba – PR.** Artigo apresentado de 23 a 27 de setembro, Gestão Estratégicas: Criatividade e Interatividade, 2013.

PESSOA, R. W. A; SOARES NETO, E; NASCIMENTO, L. F. Perfil do empreendedorismo formal de Aracati / CE. **REad**, v. 15, n°1, p.230-255, jan-abr 2009.

SCHENATTO, F.J.A.; LEZANA, A.G.R. **O intraempreendedor como agente de mudança nas instituições publica federais de educação superior**. Cobenge, 2001.

SOUZA, E. C. L., SOUZA, C. C. L., Assis, S. A. G., & Zerbini, T. (2004, setembro). **Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras**. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Curitiba, PR, Brasil, 28.