

**FACULDADE BRASILEIRA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**O PERFIL EMPREENDEDOR DO EMPRESÁRIO DA SAÚDE:
UMA PESQUISA EM CLÍNICAS MÉDICAS POPULARES NO
BAIRRO LARANJEIRAS, SERRA-ES**

**CRISLENE CRAVO SOUZA, LILIANE THEOBALDO REZENDE,
LUCIANE SILVA SANT'ANA**

**SERRA
2017**

**O PERFIL EMPREENDEDOR DO EMPRESÁRIO DA SAÚDE:
UMA PESQUISA EM CLÍNICAS MÉDICAS POPULARES NO
BAIRRO LARANJEIRAS, SERRA-ES**

**CRISLENE CRAVO SOUZA, LILIANE THEOBALDO REZENDE,
LUCIANE SILVA SANT'ANA**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em
Administração apresentado à Faculdade Brasileira-MULTIVIX,
como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Orientador: Dr^o Marcos Ferreira Santos

**SERRA
2017**

O PERFIL EMPREENDEDOR DO EMPRESÁRIO DA SAÚDE: UMA PESQUISA EM CLÍNICAS MÉDICAS POPULARES NO BAIRRO LARANJEIRAS, SERRA-ES

¹Souza, Crislene Cravo, ²Rezende, Liliane Theobaldo, ³Sant'Ana, Luciane Silva

RESUMO

O empreendedorismo é primordial para o desenvolvimento das sociedades modernas; entretanto, é necessário analisar os desafios enfrentados pela atividade. O sucesso ou fracasso de um empreendimento aparentemente não está diretamente ligado à formação básica do empreendedor. Segundo Drucker (1987), empreender diz respeito às atividades sociais dos seres humanos. Desse modo, há muitas semelhanças entre os espíritos empreendedores. Mediante essa percepção, a problemática dessa pesquisa visa traçar o perfil empreendedor do empresário da saúde que atua em clínicas médicas populares no bairro Laranjeiras, Serra-ES. O objetivo desse trabalho é identificar o perfil empreendedor desse empresário e se justifica pela expansão de estudos sobre empreendedorismo e sua importância no processo de evolução das empresas. A identificação do perfil desses empresários é também relevante para a população local, pois reflete diretamente na qualidade dos serviços prestados. Para os investidores, é importante, pois faz um levantamento dos perfis mais comuns de gestores no bairro, apontando seus pontos fortes e fracos e suas principais estratégias. A pesquisa expõe o grau de qualificação desses gestores, se estão realmente preparados para gerir o estilo de negócio. Para tanto, utilizou-se, a princípio, a revisão bibliográfica com o objetivo de compor o perfil empreendedor dito pela literatura vigente e comparado, posteriormente, com os perfis de empresários da saúde presentes no bairro. A entrevista foi utilizada como método de coleta de dados. Foi possível identificar ao final do estudo que alguns entrevistados mostraram maior similaridade com o perfil empreendedor que os outros.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Saúde, Perfil Empreendedor.

ABSTRACT

Entrepreneurship is paramount for the development of modern society, however, it is necessary to analyze the challenges faced by the activity. The success or failure of a venture is apparently not directly linked to the basic training of the entrepreneur. According to Drucker (1987), undertaking refers to the social activities of human beings. In this way, there are many similarities among entrepreneurial spirits. Through this perception, the problem of this research aims to trace the profile entrepreneur of the health entrepreneur who works in popular medical clinics in the Laranjeiras neighborhood, Serra-ES. The objective of this work is to identify the entrepreneurial profile of this entrepreneur and is justified by the expansion of studies on entrepreneurship and their importance in the process of company evolution. Identification of the profile of these entrepreneurs is also relevant for the local population, as it reflects directly on the quality of services provided. For investors, it is important, as it does a survey of the most common profiles of managers in the neighborhood, pointing out their strengths and weaknesses and their main strategies. The survey exposes the degree of qualification of these managers if they are really prepared to manage the style of business. To do so, the bibliographic review was initially used in order to compose the entrepreneurial profile told by current and comparative literature, later, with the profiles of health entrepreneurs present in the neighborhood. The interview was used as a method of data collection. It was possible to identify at the end of the study that some interviewees showed greater similarity with the entrepreneurial profile than the others.

Keywords: Entrepreneurship, Health, Entrepreneurial Profile.

¹Discente de Administração na Faculdade Brasileira – Multivix- Serra

²Discente de Administração na Faculdade Brasileira – Multivix- Serra

³Discente de Administração na Faculdade Brasileira – Multivix- Serra

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem sido difundido em todo o Brasil ao longo dos últimos anos. Segundo Dolabela (2008), o empreendedorismo não é um tema inovador ou efêmero existe desde a primeira ação inovadora efetuada pelo homem, com o objetivo de melhorar a conexão do mesmo com os outros e com a natureza.

Dentro desse contexto a existência dos empreendedores se torna uma condição básica para o surgimento e perpetuação de novos empreendimentos. Dolabela (1999), afirma ser o empreendedor, o impulsionador da economia, um veículo percussor de mudanças. Estudos realizados sobre este assunto afirmam que, o sucesso de um empreendimento está condicionalmente relacionado a adjetivos e comportamentos de seus empreendedores, que associam talento, conhecimento e persistência para, não apenas sobreviver, como também crescer, se desenvolver e se solidificar no mercado.

No caso de empresas de pequeno porte, as características individuais dos empreendedores são consideradas determinantes para o desenvolvimento dos empreendimentos. "As características do empreendedor, suas atitudes e comportamento são os fatores que o conduzem ao sucesso" (DOLABELA, 1999, p. 24) já para Drucker (1987), empreender diz respeito a atividades dos seres humanos, havendo pouca diferença no espírito empreendedor em qualquer que seja sua esfera de atuação.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2011, os pequenos empreendimentos representaram 27% do PIB, um resultado que vem crescendo nos últimos anos de maneira rápida e cada vez mais consolidada. O SEBRAE (2015) aponta que entre 2009 a 2015 o número de micro empreendedores individuais teve um salto de zero para 5.680.614 inscritos. O tema é objeto de estudo entre pesquisadores, principalmente, os que se enquadram no contexto econômico-empresarial. Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2003) o interesse pelo empreendedorismo é mundial e está relacionado a diversos motivos. No Brasil, conforme diz o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2014), o principal deles é a preocupação, especialmente por

parte do governo, com a constituição de negócios duradouros para que haja redução na taxa de mortalidade de empresas de pequeno porte.

Apesar da preocupação, por entanto, no Brasil, a maioria dessas empresas possui vida curta. Segundo Bessone (2000), mais de 80% dessas empresas não conseguem ultrapassar seu primeiro ano de existência. Fatores como este, representam prejuízo alarmante além do desperdício de recursos e energia, afetando brutalmente o poder de consumo e causando o fracasso de milhares de empreendedores no país. Para Baggio e Baggio (2014) apesar do Brasil se destacar em pesquisas mundiais ao que se refere o número de empreendedores, ainda existe um enorme potencial que não está sendo explorado.

Ainda, conforme o (SEBRAE, 2014) as micro e pequenas empresas apresentam em sua maioria uma série de constringências, tendo em vista que constantemente a gestão dos negócios é efetuada de maneira empírica, sem um maior conhecimento técnico. O mesmo ocorre com a captação e prática das informações que, embora estejam ao alcance dos gestores, sua utilização é extremamente restrita. Freitas (1993, p. 27) afirma que "(...) não há gestão sem informação. As empresas que ganharão a guerra econômica serão aquelas que tiverem ganhado a guerra da informação".

De acordo com o GEM (2014) estima-se a existência de 19 milhões de empreendedores na região sudeste, responsáveis por uma fatia de 42% no total estimado em todo Brasil. O programa ainda analisou a mentalidade empreendedora na região, no objetivo de verificar a disposição dos empreendedores em relação ao tema e sua capacidade para empreender. Foi constatado que 40,2% afirmam conhecer iniciantes em novos negócios nos últimos 02 anos da pesquisa, 52,7% declaram ter boas perspectivas para iniciar nos negócios nos próximos seis meses a pesquisa, 47% afirmam ter conhecimento, habilidades e experiência para iniciar um novo negócio e 63,7% não consideram o medo de fracassar com empecilho para começar um novo negócio.

No estado do Espírito Santo de acordo com (SEBRAE-ES, 2014) 99% dos empreendimentos são representados por empresas de micro e pequeno porte. A maioria dessas empresas nasce sem planejamento e desconhece os serviços de

apoio a micro e pequenas empresas. O comércio representa a maioria desses empreendimentos é o segundo maior responsável pela ocupação da população do estado, ficando atrás somente do setor de serviços.

Conforme o Plano de Desenvolvimento do Município da Serra-ES (PDS, 2014) o bairro Laranjeiras representa a maior potência comercial do município. O polo é composto em sua maioria por micro e pequenas empresas. Inseridos nesse cenário, segundo dados do Conselho Regional de Medicina do Espírito Santo (CRM-ES, 2016) os empreendimentos de saúde representam fatia significativa nesse mercado, somente no município da Serra existem 210 estabelecimentos de saúde. As clínicas médicas populares, geridas em sua maioria por médicos e empreendedores da saúde, meio deste estudo, surgem nesse segmento de mercado.

Mediante a realidade empírica vivenciada pela maioria dos gestores em questão e a diversidade de estudos científicos existentes sobre o empreendedorismo, emerge a necessidade de estudar o perfil empreendedor do empresário da saúde atuante na região. Desta maneira, surge a seguinte questão básica: Qual o perfil empreendedor do empresário que atua em clínicas médicas populares no bairro Laranjeiras, Serra-ES?

Conforme estudos relacionados ao tema, Lopes e Souza (2005) traçaram especificamente a elaboração de um meio para medição do perfil empreendedor. Os estudiosos partiram de quatro pressupostos constatados pela literatura: realização, planejamento e poder, acrescidas do fator inovação. Os autores também indicam a existência empírica de apenas um fator, nomeando-o atitude empreendedora. Dessa forma, o objetivo do presente estudo foi descrever o perfil do empreendedor segundo a literatura e compará-lo ao perfil empreendedor dos empresários delimitados como objeto desta pesquisa.

Visando promover melhor compreensão para o alcance do seu principal objetivo este trabalho também procurou enumerar um conjunto de atributos atinentes ao empreendedor para identificação do seu perfil; constatar as principais características dos empresários em estudo com o propósito de verificar se possuem perfil empreendedor; analisar os motivos do negócio empreendido; identificar, junto aos

empresários, qual (is) razão (es) poderia(m)ser atribuída (s) ao sucesso do seu negócio.

Este estudo se justifica primeiramente pela relevância do tema empreendedorismo nas empresas e a expansão nos estudos sobre o assunto, bem como, sua importância para a economia do país. Para Fillion (1999), aparecem anualmente mais de 1000 publicações sobre empreendedorismo, em mais de 50 conferências e 25 publicações especializadas. Segundo o autor, o empreendedorismo é um dos assuntos raros capaz de atrair especialistas de inúmeras disciplinas, fazendo com que os mesmos passem a discutir e observar o que é efetuado nessas disciplinas com relação a esse tema. Além disso, o empreendedorismo é de extrema relevância para o desenvolvimento de micro e pequenas empresas. Nos últimos anos o setor vem crescendo a taxas anuais de 10% ao ano (CUNHA; PFEIFER, 1997). O tema também se justifica pela importância na qualidade de gestão em saúde e a falta de ensinamentos sobre administração para profissionais da saúde (MALIK; TELES, 2001).

REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Cunha (2004), a palavra empreender, *imprehendere*, se origina no latim medieval, antes do século XV e significa “empresa laboriosa e difícil”, ou, “pôr em execução”. Segundo Fillion (1999) cada século apresentou uma nova descrição sobre empreendedorismo e empreendedor. Entretanto Dornelas (2005) salienta que no Brasil, o movimento empreendedor teve início na década de 90 com o surgimento de instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Existem diversas definições para empreendedorismo, conforme Cordeiro e Paiva (2002), seu conceito tem sido aplicado em níveis, sob a visão de indivíduos, grupos e organizações de um modo geral. Dolabela (2010) aponta empreendedorismo como um processo transformador de sonhos em realidade e riqueza. Para Dolabela (1999) o processo de empreender decorre na criação de novos negócios e geração de novos empregos. O autor ainda defende a disseminação de uma educação empreendedora, ressaltando a importância do tema para o desenvolvimento social e econômico, salienta ainda o papel do empreendedor na criação de valores para indivíduos e para a sociedade.

Dolabela (1999, p.46-47), apresenta uma série de atividades do empreendedorismo:

- A disseminação da cultura empreendedora no sistema de ensino formal em todos os níveis;
- A disseminação da cultura empreendedora e o apoio à ação empreendedora entre grupos sociais, tais como desempregados, minorias, aliados do processo econômico;
- O empreendedorismo comunitário, em que sociedades desfavorecidas se articulam para enfrentar a adversidade;
- A sensibilização das forças da sociedade para a importância do empreendedorismo e da pequena empresa;
- A geração do auto-emprego;
- A criação de empresas;
- A identificação, criação e busca de oportunidades para empresas existentes e novas;
- O financiamento de organizações emergentes e daquelas ameaçadas de desaparecimento;
- O intra-empreendedorismo (intrapreneurship) ou estudo do papel do empreendedorismo em grandes corporações;
- A promoção do desenvolvimento local;
- A concepção e a adoção de políticas públicas de apoio e suporte à criação de empresas, abrangendo práticas econômicas, legais, tributárias, de financiamento, etc;
- O estabelecimento de redes de relações com universidades e com todas as forças sociais.

Schumpeter (1961), de acordo com a obra clássica de 1911, Teoria do Desenvolvimento Econômico, afirma que empreendedores são os elementos que movem o crescimento econômico, ao disponibilizarem no mercado neologias que tornam superados os produtos e tecnologias viventes. A prática do empreendedorismo, por sua vez, tem sido cada vez mais vista, como fonte geradora de empregos. No Brasil, o termo empreendedorismo tem se tornado popular. Para Dornelas (2005), o Brasil entra no século XXI, sem ter solucionado o desafio que representa seu subdesenvolvimento, caracterizado, principalmente, pela imensa lacuna que separa cidadãos providos de condições de vida privilegiadas, algo que representa em torno de 30% da população brasileira, a grande maioria representada por pessoas que vivem em condições de pobreza. No meio destes, por sua vez, 14% encontram-se em estado de miséria absoluta e 31% em situação de grande pobreza, fator que de certa maneira vem contribuindo para um número cada vez mais elevado de empreendedores por necessidade.

O EMPREENDEDOR

Gerber (1990) diz que o empreendedor é compatível com uma personalidade criativa, que está sempre lidando com fatos inéditos, projetando o futuro, convertendo possibilidades em probabilidades, desordem em calma. Já Longenecker (1997), enxerga empreendedores como um marco popular da atual vida empresarial que por sua vez são responsáveis pela introdução de inovações, fornecimento de empregos e crescimento econômico. Ainda diz que a ação empreendedora amplia-se desde a pessoa que inicia o negócio, até a que o conduz e o desenvolve.

Dolabela (1999, p.44) diz ainda que:

Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimentos, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atitudes em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis. (...) O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro.

Apesar dos inúmeros conceitos, estudiosos ainda encontram dificuldade em identificar o empreendedor, visto que o mesmo é constantemente confundido com empresário. Dolabela (1999) classifica empreendedor como a pessoa que cria uma empresa, ou a que compra uma empresa e introduz melhorias nos aspectos de inovação e assume riscos, ou empregados que sejam precursores de inovação causando aparecimento de valores complementares. Na visão do autor não se pode considerar empreendedor aquele que apenas compra empresas e as gerem sem a introdução de nenhum fator de inovação. Baggio e Baggio (2014) consideram o empreendedor como um ser capaz de detectar oportunidades e criar um negócio para lucrar sobre elas, assumindo riscos deliberados.

CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES

Dornelas (2001) sucinta que em termos de funções, assim como o processo de trabalho, pode-se afirmar que administradores e empreendedores possuem diversos pontos em comum. Segundo o autor, o empreendedor é um administrador, porém com nítidas diferenças em relação aos gerentes ou executivos de empresas tradicionais. O empreendedor de sucesso é dotado de características extras ao

administrador comum. Possui um conjunto de atributos pessoais, sociológicos e ambientais que viabilizam o surgimento de uma nova empresa. De um modo geral empreendedores são mais visionários que os gerentes e empresários. O autor enumera o conjunto de algumas características pertinentes ao empreendedor de sucesso apresentadas no Quadro 1.

São visionários	Eles têm a visão de como será o futuro para seu negócio e sua vida e, o mais importante: eles têm a habilidade de implementar seus sonhos.
Sabem tomar decisões	Eles não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, sendo isso um fator chave para o seu sucesso. E mais: além de tomar decisões, implementam suas ações rapidamente.
São indivíduos que fazem a diferença	Os empreendedores transformam algo de difícil definição, uma idéia abstrata, em algo concreto, que funciona, transformando o que é possível em realidade (Kao, 1989; Kets de Vries, 1997). Sabem agregar valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	Para a maioria das pessoas, as boas idéias são daqueles que as vêm primeiro, por sorte ou acaso. Para os visionários (os empreendedores), as boas idéias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificaram algo prático para transformá-las em oportunidade, por meio de dados e informação. Para Schumpeter (1949), o empreendedor é aquele que quebra a ordem corrente e inova, criando mercado com uma oportunidade identificada. Para Kirzner (1973), o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Porém, ambos são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.
São determinados e dinâmicos	Eles implementam suas ações com total comprometimento. Atropelam as adversidades, ultrapassando os obstáculos, com uma vontade ímpar de "fazer acontecer". Mantêm-se sempre dinâmicos e cultivam um certo inconformismo diante da rotina.
São dedicados	Eles se dedicam 24 horas por dia, 7 dias por semana, ao seu negócio. Comprometem o relacionamento com amigos, com a família, e até mesmo com sua própria saúde. São trabalhadores exemplares, encontrando energia para continuar, mesmo quando encontram problemas pela frente. São incansáveis e loucos pelo trabalho.
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	Eles adoram o trabalho que realizam. E esse amor ao que fazem é o principal combustível que os mantém cada vez mais animados e auto determinados, tornando-os os melhores vendedores de seus produtos e serviços, pois sabem como ninguém, como fazê-lo. O otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso, em vez de imaginar o fracasso.

São independentes e constroem o próprio destino	Eles querem estar à frente das mudanças e serem donos do próprio destino. Querem ser independentes, em vez de empregados, querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, ser o próprio patrão e gerar empregos.
Ficam ricos	Ficar rico não é o principal objetivo dos empreendedores. Eles acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios.
São líderes e formadores de equipes	Os empreendedores têm um senso de liderança incomum. E são respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, estimulá-los, e recompensá-los, formando um time em torno de si. Sabem que para obter êxito e sucesso, dependem de uma equipe de profissionais competentes. Sabem ainda recrutar as melhores cabeças para assessorá-los nos campos onde não detêm o melhor conhecimento.
São bem relacionados (networking) São organizados	Os empreendedores sabem construir uma rede de contatos que os auxilia no ambiente externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe. Os empreendedores sabem obter e alocar os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
Planejam	Os empreendedores de sucesso planejam cada passo de seu negócio, desde o rascunho do plano de negócios até a apresentação do plano a investidores, definição das estratégias de marketing do negócio etc., sempre tendo como base a forte visão de negócio que possuem.
Possuem conhecimento	São sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois sabem que quanto maior o domínio sobre um ramo de negócio, maior é sua chance de êxito. Esse conhecimento pode vir da experiência prática, de informações obtidas em publicações especializadas, em cursos, ou mesmo de conselhos de pessoas que montaram empreendimentos semelhantes.
Assumem riscos calculados	Talvez essa seja a característica mais conhecida dos empreendedores. Mas o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso. Assumir riscos tem relação com desafios. E para o empreendedor, quanto maior o desafio, mais estimulante será a jornada empreendedora.
Criam valor para a sociedade	Os empreendedores utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sempre usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Quadro 1: Características de empreendedores de sucesso de acordo com Dornelas

Fonte: Retirado de DORNELAS (2001, p.23-24)

O PERFIL DO EMPREENDEDOR

Conforme mencionado anteriormente pelos autores citados, inúmeras características podem ser utilizadas para delimitar o perfil do empreendedor. Segundo Bateman e Snell (1998) os empreendedores de sucesso são dotados de habilidades, recursos e estratégias para planejar novos empreendimentos, obter e manejar recursos financeiros usa estratégias de baixo custo e ao mesmo tempo com diferenciação, se

diferencia dos concorrentes de maneira a obterem vantagem competitiva, sabem delegar e planejar. Veit (2014) considera o fator inovação como característica empreendedora de extrema relevância para o desempenho de micro e pequenas empresas.

De acordo com estudos realizados por Meurer (2003) o perfil do empreendedor não aparece totalmente definido pela literatura. Existem algumas divergências entre as características e pré-requisitos que compõem seu perfil. Obviamente as mais marcantes são mencionadas por todos que buscam compor tal perfil. O Quadro 2 mostra uma série desses itens que futuramente servirão como fator de comparação para este estudo.

Características	Visão Energia e flexibilidade Criatividade, inovação e intuição Liderança Autoconfiança Independência e iniciativa Motivação, entusiasmo, paixão Otimismo, perseverança e persistência Comprometimento e dedicação
Habilidades	Formador de equipes Lidar bem com o fracasso Correr riscos calculados Buscar informações e conhecimentos Obter <i>feedback</i> Orientação por metas e objetivos Relacionamento interpessoal (persuasão e rede de contatos) Saber buscar, utilizar e controlar recursos Capacidade de decisão Planejamento e organização Saber explorar oportunidades Capacidade de análise Conhecimento do ramo Traduzir pensamentos em ação
Valores	Exigência de qualidade e eficiência

Quadro 2: Perfil do empreendedor de acordo com Meurer
 Fonte: Retirado de MEURER (2003, p.60).

METODOLOGIA

De acordo com Lakatos e Marconi (1991) o método consiste em uma relação de atividades sistemáticas e racionais que permitem com que os objetivos sejam

alcançados. Citam ainda que “Não há ciência sem o emprego de métodos científicos” (LAKATOS; MARCONI, 1991, p. 83).

Na pesquisa bibliográfica, a princípio, foi efetuado consulta a literatura vigente em relação ao tema proposto. Segundo Marconi e Lakatos (1992), o método bibliográfico consiste no levantamento de toda a bibliografia publicada em forma de revistas, publicações avulsas e livros. Em um primeiro momento essa pesquisa se caracteriza como bibliográfica por realizar o levantamento do perfil empreendedor de acordo com o que diz a literatura.

A pesquisa exploratória ocorre quando se há pouca mestria sobre o tema abordado. O estudo exploratório busca conhecer com maior riqueza o assunto em proposição. Gil (2008) diz que a pesquisa exploratória objetiva proporcionar uma visão geral acerca do determinado fato. Andrade (2002) ainda ressalta que a pesquisa exploratória permite a captação de maiores informações sobre o tema investigado, facilita a delimitação desse tema, a fixação dos objetivos, formulação de hipóteses e na descoberta de um novo tipo de perspectiva sobre o assunto.

A entrevista foi utilizada como técnica de coleta de dados, uma vez que proporciona informação diversa a cerca dos anseios, atitudes e da maneira como indivíduos entendem ou enxergam determinado fato. É de extrema importância para obtenção de dados mais profundos e relevantes sobre o comportamento humano e social. (GIL, 2008).

Gil (2008) ainda fomenta que a pesquisa se caracteriza como descritiva quando visa descrever características de determinada população ou fenômeno. Sendo assim, este estudo pode ser caracterizado como descritivo, uma vez que, procura descrever características e habilidades dos empresários que administram clínicas médicas populares no bairro Laranjeiras, Serra-ES.

Dentre os 210 estabelecimentos de saúde presentes no município de Serra-ES (CRM-ES, 2016) o estudo se delimita a clínicas médicas populares presentes no bairro Laranjeiras, em razão do crescente interesse de empresários na região e no modelo de negócio. As análises foram feitas em cinco estabelecimentos que utilizam

o modelo de clinica popular ou acessível, a coleta de dados foi realizada por meio de entrevista aos cinco gestores desses estabelecimentos.

Em primeiro momento será mostrado o perfil dos entrevistados e logo após a análise das variações do perfil empreendedor mostrado durante as entrevistas na discussão dos resultados e por fim a conclusão do presente estudo.

Foram entrevistados cinco gestores, sendo três do sexo feminino e dois do sexo masculino. Quatro dos entrevistados tem idade entre vinte e cinco e trinta e cinco anos e apenas um possui idade acima dos quarenta anos. Todos atuam no setor de prestação de serviços na área da saúde, em clinicas que oferecem consultas eletivas e exames de baixa complexidade. Em relação à formação, os entrevistados E1, E3, E4, e E5 possuem curso superior completo, porém apenas os entrevistados E4 e E5 possuem formação na área administrativa. O entrevistado E2 não possui curso superior.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para identificar se os entrevistados possuem perfil empreendedor, analisou-se em seus respectivos discursos a existência de características, habilidades e valores pertinentes ao empreendedor conforme o modelo estudado.

Os entrevistados se mostraram em unanimidade propensos a assumir riscos. Para Dolabela (1999) empreendedor é aquele que assume riscos na criação ou condução de uma empresa. Essa característica é comum entre entrevistados conforme o relata o entrevistado E1. “Ah! a gente assume uma serie de riscos né, a partir do momento que a gente decide ser empreendedor, especialmente no Brasil, acho que em qualquer parte do mundo, mais aqui a gente tem muita dificuldade desde o dia um.” (E1).

Dornelas (2001) relaciona a capacidade de assumir riscos com propensão pela busca de novos desafios que os empreendedores apresentam:

Desafios sempre são bem vindos né, eu acho que eles impulsionam pra frente em direções que talvez você não imaginasse se estivesse na calmaria. Eu acho que eles são válidos, mas às vezes é desgastante porque todos os dias a gente passa por alguma situação que depende de jogo de cintura e por ai vai, desde o relacionamento com o cliente que no caso é

nosso paciente até mesmo com os profissionais que prestam serviço aqui na área de saúde pra gente, os médicos em fim. (E1).

O entrevistado E3 relata ainda que todo empreendimento de certa maneira é arriscado e que os desafios são necessários para o crescimento.

Outro fator analisado foi à capacidade de inovação e criatividade dos entrevistados na condução dos seus negócios. Gerber (1990) estabelece que o empreendedor apresente compatibilidade com uma personalidade criativa e inovadora. Todos os gestores entrevistados consideram os fatores importantes para seus respectivos negócios:

É! Sempre né, quando se trabalha com qualquer tipo de serviço tem que ter um diferencial, seja o que for. Aqui numa clinica médica, por exemplo, hoje em dia as pessoas, ser bem atendido por um médico já não é a coisa mais importante, hoje as pessoas vêm importância se o lugar tem wi-fi, se tem conforto, se tem televisão, sabe esses detalhezinhos? E tem que ficar sempre atento para esses diferenciais, tem que ser criativo mesmo. (E2).

Os entrevistados relacionam os fatores inovação e criatividade à prestação direta de serviço ao consumidor, considera que inovar e ser criativo são oferecer serviços ou regalias que outros estabelecimentos não possuem:

Você tem que tá sempre se inovando, e se você não se inovar você vai perder para concorrência, vai ficar para trás, então assim, a gente tenta eu tento olhar o que eu posso oferecer de melhor, às vezes é, o meu concorrente ele oferece café, mas eu vou oferecer uma máquina de café expresso por que é diferente, o novo o diferente para pessoa causa impacto diferente, então a gente investe em uma máquina de café, então assim, desde pequenas coisas a grandes coisas, é importante está inovando, está renovando, trocando algumas coisas, será que isso pode ser melhor, investir em uma coisa melhor oferecer um produto melhor, às vezes você vai atingir um público muito pequeno, poucas pessoas vai gostar daquilo, mas às vezes é bom você investir porque você vai agradar uma parcela mesmo que pequena, e às vezes essa parcela menor, ela vai passar falando assim 'ô vai lá por que lá é bom é isso' e o boca a boca é o melhor, é o melhor investimento em publicidade que você faz, às vezes vale muito mais a pena que você anunciar no jornal, anunciar no outdoor porque quando seu amigo fala assim 'ô vai lá porque lá é bom' porque se ele te falar não vai porque não é bom, você não vai confiar no jornal, você vai confiar no que o seu amigo te falou. (E5).

Dornelas (2001) considera o empreendedor como um grande identificador de oportunidades. Verificou-se que todos os empresários se consideram atentos as novas oportunidades. O entrevistado E2 busca oportunidades através de parcerias e sociedade, procura pela expansão do seu negocio. “É principalmente num negocio

como esse, eu “tô” sempre tentando procurar alguma parceria, alguma sociedade que eu possa expandir “tô” sempre procurando esse tipo de coisa.” (E2).

As habilidades em planejamento e capacidade de decisões fazem parte do perfil empreendedor de acordo com Meurer (2003). Os entrevistados E1, E3, E4 e E5 dizem possuir o hábito de planejar o futuro de seus negócios. O entrevistado E2 admite não fazer planejamento em longo prazo, pois se concentra a princípio em se equilibrar no atual momento.

Em relação à capacidade de decisões, todos, exceto o entrevistado E2 consideram que em algum momento ao longo de sua história já tomaram alguma atitude ou realizaram algum trabalho que fez diferença para o sucesso da empresa. O entrevistado E4 entende como um fator determinante para o crescimento e até mesmo o relaciona com situações atípicas ocorrentes no dia a dia da empresa:

Olha já foram varias, e lá no passado era uma clinica popular de três consultórios, com a minha entrada se tornou uma clinica popular de quatorze consultórios, então assim, essa foi a primeira fase, depois a gente tem aqui dentro com os pacientes, é um paciente que começa a passar mal aqui a gente tem que dar o primeiro socorro a salvar a vida dele, é um paciente que já teve aqui e deu a luz aqui dentro, então são varias situações, isso aqui é uma caixinha de surpresa a todo o momento, todo momento tem uma novidade. (E4)

Ainda, um aspecto relevante sobre o perfil empreendedor é em relação à dedicação a tarefa de empreender e aos sacrifícios que às vezes comprometem a vida pessoal, relacionamento com família e amigos. Empreendedores se dedicam integralmente a seus negócios, não se cansam e priorizam o trabalho. (Dornelas, 2001). Os entrevistados E2, E3, E4 e E5 consideram que já fizeram sacrifícios pessoais pela empresa e ainda fazem e que o trabalho ocupa a maior parte de seu tempo. O entrevistado E1 prioriza a relação familiar, porém o trabalho vem logo em segundo plano. Para o entrevistado E5:

A pessoa que administra ele é talvez o centro de tudo que acontece na empresa, todo mundo depende de você o cliente “ta” dependendo do seu trabalho, o seu funcionário a sua equipe da sua motivação todo mundo tá dependendo de você, então assim, como o centro das atenções e você tem que fazer muito sacrifício, de tempo, você não tem uma carga horária específica você vai se dedicar o tempo todo, o trabalho do administrador ele não termina quando você bate ponto, ele continua porque você fica pensando amanhã eu tenho aquilo para resolver, eu marquei uma reunião, então assim é um trabalho contínuo você vai fazer muito sacrifício pra

conseguir atender todo mundo e deixar todo mundo satisfeito, porque todo mundo depende de você. (E5).

Quando perguntados sobre a capacidade de liderança e o relacionamento com a equipe de trabalho todos os entrevistados consideram possuir uma boa relação junto à equipe de trabalho e se mostram dispostos a fazer o melhor para que haja um bom desenvolvimento. Os entrevistados E2 e E5 não gostam de serem vistos como a imagem do tradicional chefe:

Eu tento ser, lidar com isso de uma forma bem natural, eu tenho convicção que não sou do tipo “chefe” né! E nem gosto, então eu tento sempre conversar em conjunto e não chegar e “faz isso” sempre pergunto o que acha da gente fazer isso? Sempre tentando, independente da posição, sempre tentando chegar a um acordo em comum, então essa é minha forma de agir com eles. (E2).

Eu particularmente como administrador não acredito naquela velha chefia, que são aquelas pessoas que é muito oito ou oitenta, é sim ou é não, entendeu, eu acho que hoje as grandes empresas, google, facebook talvez as mais bilionárias aí, as multinacionais elas tentam ter uma administração muito mais aberta com funcionário, hoje as grandes empresas, ela oferece uma sala de descanso para os funcionários, sempre tem algumas regalias. Então isso é importante manter uma equipe tipo “boi no cabresto” não funciona mais, já não é mais, você vai ter um funcionário que vai te respeitar quando você tá na frente dele, aí você virou as costas e tudo vai voltar a ser como era e não é isso que é importante, o bom é quando você conquista o respeito e a confiança do funcionário, para quando você virar as costas ele fala, não eu tenho que continuar um bom trabalho porque ele depende de mim, ele tá apostando as fichas dele em mim, então assim, para equipe como administrador eu tenho que estar sempre o mais acessível possível, então eles sabem que sempre eles vão chegar aqui e assim, eles até costumam perguntar assim: você tá ocupado? Ocupado sempre o administrador vai “ta”, não existe uma hora que você não vai tá ocupado, mas sempre eu estou acessível para eles, então quer dizer, às vezes o administrador, para equipe, ele vai ser até o psicólogo, às vezes a pessoa quer desabafar, mas aquilo é importante, para o trabalho dela continuar ela precisa falar aquilo para alguém então é importante você ouvir. (E5).

Para Bateman e Snell (1998) empreendedores de sucesso se diferenciam dos concorrentes de maneira a obterem vantagem competitiva. Quanto à concorrência e competitividade os entrevistados E1, diz que às vezes acompanha e analisa os concorrentes, porem o fazia no inicio do negocio para fins de como se posicionar no mercado, ainda assim, de um modo geral se considera competitivo. O entrevistado E4 diz achar antiético o acompanhamento e análise da concorrência. Os entrevistados E2 e E3 dizem não analisar, já o entrevistado E5 considera um fator importante:

Isso é muito importante como o administrador você tem que saber onde você está pisando, talvez seja a gente vigia sim, não vou te dizer que eu levo vantagem pelo tempo que eu “tô” aqui, então eu já tenho um público muito grande, para eles que estão chegando é muito mais difícil porque eles vão ter que fazer convencer o meu público que a deles é melhor, e às vezes a pessoa já tá sendo muito bem atendida ‘porque que eu vou lá na outra se aqui eu já estou sendo bem atendido’. Então eu já levo vantagem, mas sim eu tento saber o que eles estão oferecendo, será que eu ofereço também, eu tento saber quanto eles estão comprando, será que o meu tá mais caro ou meu tá mais barato, então assim você tem que preocupar com a sua concorrência. (E5).

Assim, todos os entrevistados de certo modo, ao analisar seu empreendimento comparado à concorrência, acreditam que trabalham de maneira diferenciada em algum aspecto, fato que leva o cliente a optar pelo seu estabelecimento.

Os entrevistados responderam sobre os receios e sobre a maneira de lidar com um possível fracasso. O entrevistado E1 considera um risco que faz parte da atividade de empreender. Os entrevistados E2, E3, e E4 temem fracassar de alguma maneira. O entrevistado E5 diz que:

É, é normal vai acontecer vai ter momentoso fracasso, pode ser às vezes você simplesmente dar o seu melhor e você ver que você não agradou, por mais que você fez de tudo que você se cansou você sacrificou, mas talvez ainda assim você vai ver que a sua equipe de trabalho não encara aquilo como grandes coisas, então você fracassou, às vezes pode ser um fracasso numa atitude de tomada de decisão que às vezes você achava que era a certa, mas na verdade descobriu que era errada. Então assim, também ao longo desse tempo teve atitudes minhas que se eu pudesse voltar no tempo teria feito diferente, talvez tivesse sido melhor, mas o mais importante não é o medo de fracassar é como você vai lidar com fracasso, que ele tem que ensinar alguma coisa, então assim, já teve sim momentos e tento me corrigir tento ver, não aquela atitude, ela não foi bem tomada, vamos tentar corrigir nisso aqui, a gente aprende com ela. (E5).

Em relação à visão, como empreendedores, quando questionados sobre o segredo para o sucesso de um empreendimento, os entrevistados E1 e E4 consideram de extrema relevância o fator qualidade na prestação de serviço, enquanto o entrevistado E2 diz ser a propaganda responsável pelo sucesso de um negócio. O entrevistado E3 relaciona o sucesso a organização e planejamento. O entrevistado E5 fala que o sucesso está na determinação de um público alvo a ser atingido. Os gestores foram questionados ainda sobre o motivo pelo qual investiram nesse tipo de negócio. Os entrevistados E1 e E5 disseram respectivamente ser uma área em expansão e havia uma necessidade do mercado desse tipo de empreendimento. Os

entrevistados E2 e E3 viram uma oportunidade em um mercado em crescimento. O entrevistado E4 diz ser um investimento do cônjuge que é atuante na área da saúde.

Em relação ao relacionamento interpessoal no ambiente externo a empresa, de um modo geral, todos os entrevistados possuem boa relação junto aos clientes, fornecedores e concorrentes. Foi ainda verificado o grau de confiança e otimismo dos gestores em relação aos seus negócios. Questionamos se em outra oportunidade investiriam novamente na área. Todos os entrevistados, exceto o E2 foram enfáticos ao afirmarem que sim. O entrevistado E2 se mostra descontente com a economia do país e os impactos causados em seu negócio:

Hoje não, esse país “ta” instável demais, a própria franquia “ta” sentindo os impactos de um ano pra cá mudou muito, é o planejamento e o faturamento da franquia, eu entrei justamente nessa época e acho que hoje eu não faria não outro investimento desses. (E2).

Um aspecto interessante nas entrevistas é que todos os entrevistados possuem curso superior, salvo o entrevistado E2, porém os entrevistados E1 e E3 não possuem formação em área administrativa. O entrevistado E4 possui formação administrativa com ênfase em gestão de saúde pública. O entrevistado E2 relata dificuldades pelo fato de não obter conhecimento em gestão em saúde e peculiaridades da área médica. Ainda assim, demonstra intenção em se aprimorar na área: “[...] hoje considero ser importante ter bastante conhecimento na área medica e não só no administrativo porque eu não sou da área médica e hoje eu vejo que eu tenho certa dificuldade em lhe dar com essas peculiaridades da área médica.”.

O quadro 3 demonstra os resultados sobre o quanto cada entrevistado apresentou as principais características componentes ao perfil empreendedor de acordo com a literatura revisada.

PERFIL EMPREENDEDOR	ENTREVISTADO				
	E1	E2	E3	E4	E5
Assume riscos calculados/desafios	X	X	X	X	X
Capacidade de inovação e criatividade	X	X	X	X	X
Identificação de oportunidades	X	X	X	X	X
Planejamento e capacidade de decisões	X		X	X	X

Sacrifícios pessoais/importância do trabalho		X	X	X	X
Capacidade de liderança	X	X	X	X	X
Concorrência e competitividade	X				X
Lidar bem com o fracasso	X				X
Visão	X	X	X	X	X
Otimismo e confiança	X		X	X	X

Quadro 3: características empreendedoras dos entrevistados.
Elaborado pelas autoras.

CONCLUSÃO

Este estudo tinha por objetivo descrever o perfil empreendedor segundo a literatura revisada e posteriormente compara-lo ao perfil dos gestores levantado nas entrevistas, visando descobrir se os empresários estudados apresentam perfil empreendedor. Desta maneira, o objetivo desse trabalho foi alcançado, pois foi possível identificar empresários que possuem características condizentes com o perfil empreendedor revisado.

No entanto algumas características se mostram de maior relevância como a capacidade de inovação, criatividade e propensão a assumir riscos. Tais características foram amplamente mencionadas como pertencentes ao empreendedorismo. Foi constatado que os entrevistados E1, E2, E3, E4 e E5 são dotados de tais características.

No quesito oportunidades, todos os entrevistados mostraram-se capacitados e atinentes ao fator. Mediante a uma oportunidade o grupo declara utiliza-las em prol de seu negócio sempre que surgem.

Em relação a planejamento e capacidade de decisões, fator chave para empreendedores de sucesso, apenas o entrevistado E2 não apresenta características condizentes com as de um perfil empreendedor.

Ainda, sobre os sacrifícios pessoais e importância do trabalho, todos os entrevistados consideram que se sacrificam diariamente e priorizam o trabalho em suas vidas, com exceção ao entrevistado E1.

Considerou-se o fator liderança como característica indispensável na composição do perfil empreendedor. Os entrevistados em totalidade afirmam possuir espírito de liderança frente a sua equipe.

Apenas os entrevistados E1 e E5 se mostraram competitivos e admitiram analisar a concorrência de forma a obter vantagens competitivas. Os empresários E2, E3 e E4 não possuem características voltadas à competitividade. Um aspecto a ser destacado é a maneira com que os entrevistados E2, E3 e E4 enxergam o fator como algo antiético e desnecessário para seus negócios.

A revisão bibliográfica ainda atribui ao perfil empreendedor à capacidade de lidar com o fracasso. Entre os respondentes apenas os entrevistados E1 e E5 lidam bem com o fato.

A capacidade de visão a cerca do futuro, oportunidades e tendências do negocio são inerentes ao perfil empreendedor revisado. Todos os entrevistados apresentam tais atributos.

A cerca do otimismo e confiança em um futuro promissor e de sucesso o entrevistado E2 se mostrou desprovido das características, os demais entrevistados são otimistas e confiantes.

Assim, sendo, o entrevistado E5 apresenta perfil empreendedor em todos os aspectos analisados. O entrevistado E1 apresenta uma limitação condizente ao perfil. Os entrevistados E3 e E4 se desqualificam em dois dos itens analisados e o entrevistado E2 se mostrou com maiores limitações entre as características expostas. É importante ressaltar que o mesmo é o único entrevistado que não possui curso superior.

Este estudo contribuiu para identificação do perfil empreendedor nos empresários analisados, fator relevante para a comunidade local que utiliza os serviços geridos por esses empreendedores, fator que influencia diretamente na qualidade do serviço prestado. Contribuiu também para investidores futuros, que cogitam investir nesse nicho de mercado, pois ainda não houveram estudos anteriormente realizados. Compreende-se ainda que a pesquisa abriu precedentes para estudos futuros.

Entretanto devem-se destacar algumas limitações ao que se refere ao número restrito de amostras presentes na área estudada. A possibilidade da incorreta compreensão do entrevistado a cerca do objetivo das perguntas e a declaração de respostas falsas por razões diversas. (GIL, 2008).

Sugere-se para novos estudos a ampliação da região pesquisada e a aplicação de métodos de coleta de dados que proporcionem informações mais fidedignas.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. **Como preparar trabalhos para cursos de pós graduação: noções praticas**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

BAGGIO, F. A.; BAGGIO, K. B. Empreendedorismo: conceitos e definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*. V. 1, 2014, p. 25-38.

BATEMAN, T. S.; SNELL, S. A. **Administração: Construindo Vantagem Competitiva**. Tradução Celso A. Rimoli. São Paulo: Editora Atlas, 1998.

BESSONE, F. **Nem tanto nem tão pouco**. São Paulo: Editora Rumos, 2000.

CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESPÍRITO SANTO (CRM-ES). **Consulta de Prestadores de Serviços Médicos**, Serra-ES. Disponível em: <http://www.crmes.org.br/index.php?prestadoresNome=&prestadoresRazao=&prestadoresSituação=&prestadoresCnpj=&prestadoresCRM=&prestadoresUF=ES&prestadoresMunicipios=2028&prestadoresOrdenar=N&captcha=aziamz&buscaEfetuada=true&option=com_prestadores#buscaPrestadores>. Acesso em: 05 nov. 2016.

CORDEIRO, A. T.; PAIVA, F. G. Jr. Empreendedorismo e o Espírito Empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira. In: XXVI ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, Salvador. Anais... Salvador-BA.

CUNHA, C. J. C. A.; PFEIFER, S. S. O Empreendedor. Capítulo I. In: CUNHA, Cristiano J. C. de Almeida; FERLA, Luiz Alberto. (Ed) **Iniciando seu próprio negócio**. Florianópolis, I.E.A., 1997. p.13- 37.

CUNHA, R. A. N. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Administração, 2004, Curitiba. Anais... Curitiba-PR.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Editora Cultura, 1999.

DOLABELA, F. C. **Oficina do empreendedor: a metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2008.

DOLABELA, F. A corda e o sonho. **Revista HSM Management**, São Paulo, 2010. Disponível em: <<https://experience.hsm.com.br/posts/a-corda-e-o-sonho>>. Acesso em: 29 mai. 2017.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Editora Campos, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. **Desafios Gerenciais para o Século XXI e outras obras de referência**. Editora Pioneira, 1999.

FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, 7(3), 2-7, 2000.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, 34(2), 5-28, 1999.

FILION, L. J. O Planejamento do seu Sistema de Aprendizagem Empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v.31, n.3, p.63-71, jul./set. 1991.

FREITAS, H. **A informação como ferramenta gerencial**. Porto Alegre, Editora Ortiz, 1993.

GERBER, M. E. **O Mito do Empreendedor**: como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido. 2.ed. São Paulo: Editora Saraiva, 1990.

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

Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil (Relatório Nacional)**. Global Entrepreneurship Monitor. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná, 2003.

Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo na região sudeste do Brasil**. Global Entrepreneurship Monitor. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, 2014.

IWASSAKI, M.; et al. **Plano de Desenvolvimento do Município da Serra**, Serra-ES. Disponível em: <<http://www.serra.es.gov.br/site/pagina/pds---plano-de-desenvolvimento-da-serra>>. Acesso em: 30 out. 2016.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A.. **Fundamentos de metodologia científica**. 3 ed. São Paulo: Editora Atlas, 1991. p. 82.

LONGENECKER, J. G; et al. **A administração de pequenas empresas**: ênfase na gerência empresarial. São Paulo: Editora Makron Books, 1998.

MALIK, A. M.; TELLES, J. P. Hospitais e programas de qualidade no Estado de São Paulo. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, V. 41, n. 3, p. 51 - 59, Jul./Set. 2001.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Editora Atlas, 1992.

MEURER, V. **O perfil empreendedor do empresário da área da saúde: estudo exploratório com empresários de Maringá.** Maringá, p.60.2003.

PANTZIER, R. D. **Formação Empreendedora no Ensino de Graduação em Administração:** um estudo de caso. Brusque: Fundação Educacional de Brusque, s.d.

PEREIRA, H. J.; SANTOS, S. A. **Criando Seu Próprio Negócio:** como desenvolver o potencial empreendedor. Brasília: Editora SEBRAE, 1995.

SCHUMPETER, J. A. (1961). **Teoria do desenvolvimento econômico.** (L. Schlaepfer, Trad.). Rio de Janeiro: Fundo de Cultura. (Obra original publicada em 1911).

SEBRAE. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil,** Mato Grosso, Julho de 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 30 out. 2016

SEBRAE/ES. **5 anos:comercio total: uma trajetória de sucesso/SEBRAE/ES.** – Vitória: SEBRAE/ES, 2014.

SEBRAE. **Perfil do microempreendedor Individual 2015 /SEBRAE,** Brasília, 2016.

VEIT, R. M. **Desempenho das micro e pequenas empresas:** O perfil do potencial empreendedor, a estratégia da inovação e da inovatividade. Belo Horizonte, 2014.

ANEXOS

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Entrevistado:

Idade:

Sexo:

Setor:

Região:

Produto/Serviço:

- 1) Você possui algum tipo de formação na área administrativa?
- 2) Por que investir nesse ramo? Quais fatores você considera importantes para investir em um novo negócio?
- 3) Em sua opinião o que um negócio de sucesso deve ter?
- 4) Considera seu negócio inovador? Em qual aspecto?
- 5) Como é sua relação com clientes, concorrentes e fornecedores?
- 6) Você se considera uma pessoa persuasiva?
- 7) Qual é a sua maneira de lidar com os riscos em empreender?
- 8) Você planeja o futuro da empresa em longo prazo?
- 9) Já realizou algum sacrifício pessoal em prol desse negócio? Qual posição o trabalho ocupa na sua vida?
- 10) Tem hábitos de estipular metas? Como enxerga os novos desafios?
- 11) Como lida com as oportunidades?
- 12) Como é a sua relação com a equipe de trabalho?
- 13) Você se preocupa com sua imagem perante aos funcionários da empresa? Como acha que é visto?
- 14) Como você convence outras pessoas a lutarem pelos seus objetivos?
- 15) Em relação à concorrência, deseja que seu negócio seja melhor que o dos concorrentes? Acompanha e analisa os pontos fortes e fracos de outras empresas do ramo?
- 16) Você se considera uma pessoa competitiva?
- 17) O que você entende por criatividade e inovação? E qual é a importância para seu negócio?
- 18) Em qual momento ao longo de sua história constatou que o seu trabalho fez a diferença para o sucesso da sua empresa?
- 19) Você teme o fracasso?
- 20) Se houvesse outra chance, investiria novamente no seu negócio?