

Empreendedorismo na área tecnológica

Experiências em tempos
de desafios



Íris Eucaris de Vasconcelos
Yêda Medeiros Bastos de Almeida
[Org.]



Série Livro-Texto



Íris Eucaris de Vasconcelos
Yêda Medeiros Bastos de Almeida
[Org.]

Empreendedorismo na área tecnológica

Experiências em tempos
de desafios

Recife
2021



Universidade Federal de Pernambuco

Reitor: Alfredo Macedo Gomes

Vice-Reitor: Moacyr Cunha de Araújo Filho

EDITORA ASSOCIADA À



Associação Brasileira
das Editoras Universitárias

Pró-Reitoria de Graduação

Pró-Reitora: Magna do Carmo Silva

Diretora: Fernanda Maria Ribeiro de Alencar

Editora UFPE

Diretor: Junot Cornélio Matos

Vice-Diretor: Diogo Cesar Fernandes

Editor: Artur Almeida de Ataíde

Comitê de avaliação

Adriana Soares de Moura Carneiro, Ana Célia Oliveira dos Santos, Andressa Suely Saturnino de Oliveira, Arquimedes José de Araújo Paschoal, Assis Leão da Silva, Ayalla Camila Bezerra dos Santos, Chiara Natercia Franca Araujo, Deyvylan Araujo Reis, Djailton Cunha, Flavio Santiago, Hyana Kamila Ferreira de Oliveira, Isabel Cristina Pereira de Oliveira, Jaqueline Moura da Silva, Jorge Correia Neto, Keyla Brandão Costa, Luciana Pimentel Fernandes de Melo, Márcia Lopes Reis, Márcio Campos Oliveira, Márcio Vilar França Lima, Maria Aparecida Silva Furtado, Maria da Conceição Andrade, Michela Caroline Macêdo, Rodrigo Gayger Amaro, Rosa Maria Oliveira Teixeira de Vasconcelos, Shirleide Pereira da Silva Cruz, Tânia Valéria de Oliveira Custódio, Waldireny Caldas Rocha

Editoração

Revisão de texto: Daniela Nery Bracchi

Projeto gráfico: Diogo Cesar Fernandes | Gabriel Santana

Diagramação: Adele Pereira

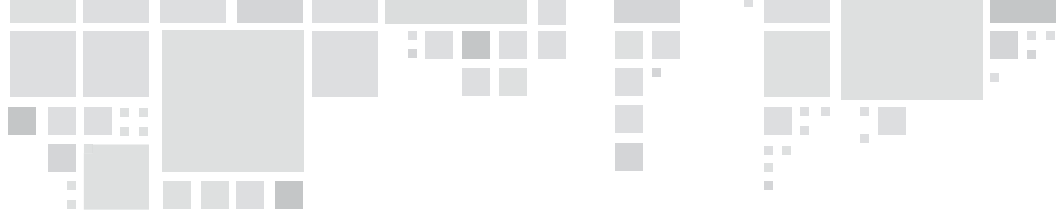
Catálogo na fonte

Biblioteca Kalina Ligia França da Silva, CRB4-1408

E55	Empreendedorismo na área tecnológica [recurso eletrônico] : experiências em tempos de desafios / organizadoras : Íris Eucaris de Vasconcelos, Yêda Medeiros Bastos de Almeida. – Recife : Ed. UFPE, 2021. (Série Livro-Texto) Vários autores. Inclui referências. ISBN 978-65-5962-096-8 (online) 1. Empreendedorismo – Estudo e ensino. 2. Empreendedores – Estudo de casos. 3. Planejamento estratégico. 4. Ensino à distância. I. Vasconcelos, Íris Eucaris de (Org.). II. Almeida, Yêda Medeiros Bastos de (Org.). III. Título da série.	
658.41	CDD (23.ed.)	UFPE (BC2022-015)

Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.





SÉRIE LIVRO-TEXTO

A Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), pautada pelos princípios da democracia, da transparência, da qualidade e do compromisso social, assume a Educação Superior como um bem público e um direito de todas e todos. Nesse sentido, estimula a melhoria das condições do trabalho docente, a inserção de metodologias de ensino inovadoras e a articulação dos conhecimentos teóricos e práticos nas diferentes áreas do saber como instrumentos de promoção de uma formação científica, humanística e artística que prepare nossos estudantes para a intervenção na realidade, segundo o compromisso com o desenvolvimento integral e sustentável, a equidade e a justiça social. Assim, a UFPE, por intermédio da Pró-Reitoria de Graduação e da Editora UFPE, oferta à comunidade acadêmica e à sociedade mais uma seleção da Série Livro-Texto, com o objetivo de contribuir para a formação da biblioteca básica do estudante de graduação e para a divulgação do conhecimento produzido pelos docentes desta Universidade. Os 34 livros selecionados para esta coleção, que contemplam diferentes áreas do saber, foram aprovados segundo as condições estabelecidas no Edital 14/2021 (Edital simplificado de incentivo à produção e publicação de livros digitais Prograd/ Editora UFPE) e representam o esforço de discentes (de graduação e pós-graduação) e servidores (docentes e técnicos) e da gestão da Universidade em prol da produção, sistematização e divulgação do conhecimento, um de seus principais objetivos.

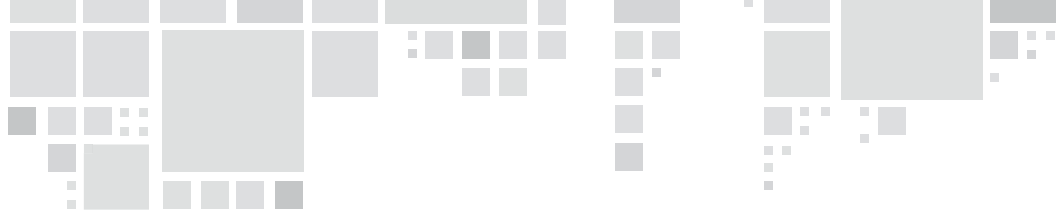
Alfredo Macedo Gomes – Reitor da UFPE

Moacyr Cunha Araújo Filho – Vice-Reitor da UFPE

Magna do Carmo Silva – Pró-Reitora de Graduação (Prograd)

Fernanda Maria Ribeiro de Alencar – Diretora da Prograd





SUMÁRIO

Introdução 6

1. Conceito e características do empreendedor 8

2. Estudos de Casos 18

3. Entrevistas 29

4. Busca de oportunidades 46

5. Empreendedorismo feminino 58

Referências 63

Sobre os autores 66





INTRODUÇÃO

APRESENTAÇÃO

Este livro é o resultado de um desafio lançado pelos professores e acatado pelos alunos da disciplina empreendedorismo ofertada no formato remoto no semestre de 2020.1 na Universidade Federal de Pernambuco, UFPE no Centro de Tecnologia e Geociências - CTG durante o período da pandemia COVID-19. Surgiu como um produto da experiência empreendedora de professores e alunos que ousaram construir um e-book a partir das atividades desenvolvidas em aulas síncronas e assíncronas envolvendo as metodologias de estudo de casos, entrevistas e oficinas com egressos empreendedores e intraempreendedores. Toda a equipe que participou da elaboração vivenciou a oportunidade de vencer desafios, trabalhar em equipe e desenvolver novas habilidades. O objetivo da ementa da disciplina é desenvolver a capacidade empreendedora com ênfase no estudo do perfil do empreendedor, nas técnicas de identificação e aproveitamento de oportunidades, na elaboração do plano de negócio e no gerenciamento dos recursos necessários ao empreendimento.

A disciplina EQ 640 – Empreendedorismo do Curso de Química Industrial tem como objetivo capacitar os alunos a conhecerem a

ação empreendedora, assimilarem os conceitos básicos do empreendedorismo e as características do comportamento empreendedor e desenvolver a capacidade de identificar oportunidades e gerenciar os recursos necessários ao desenvolvimento de projetos, priorizando técnicas de criatividade e de aprendizado proativo.

A metodologia anteriormente utilizada nas aulas presenciais expositivas eram debate e leitura de textos, estudos de caso e seminários programados. Com a pandemia foi revista, ampliada e adequada às novas condições passando-se a ter aulas síncronas e assíncronas e a utilizar recursos educacionais digitais, tecnologias de informação e comunicação com organização de oficinas, exploração de estudos de casos de empreendedores e entrevistas.

Espera-se com esse livro contribuir para a discussão e proposta de ideias para melhorar o ensino e o aprendizado do empreendedorismo na área tecnológica a partir do relato de uma experiência exitosa em um período tão desafiador.

DESCRIÇÃO DO LIVRO

Este é um e-book que apresenta um processo de aprendizagem utilizando diferentes metodologias, contribuindo para que as aulas fossem mais eficazes, trazendo situações reais e estimulando os alunos e professores a buscarem novas soluções.

É composto pela introdução e cinco capítulos. O Capítulo 1 traz a fundamentação teórica necessária para análise dos estudos de casos, utilizando conceitos básicos para os assuntos tratados. O Capítulo 2 apresenta os estudos de casos, utilizando informações qualitativas sobre a trajetória de empreendedores, pesquisadas pelos alunos em sites, livros e vídeos disponíveis com o objetivo de ampliar a percepção sobre o empreendedor e suas visões e realizações. O Capítulo 3 mostra o relato de entrevistas realizadas pelos alunos usando a adaptação do modelo de entrevista com um empreendedor extraído de FILION (1991). O Capítulo 4 é direcionado para os aspectos da busca de oportunidade, com aspectos teóricos e avaliação de cenários feita pelos alunos e apresentadas em seminário. Finalmente o Capítulo 5 apresenta a trajetória empreendedora de duas alunas egressas do Curso de Engenharia Química da UFPE.



CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Neste capítulo são apresentados conceitos sobre o empreendedor, seu perfil, características, riscos e oportunidades envolvidos no empreendedorismo. Esses tópicos foram discutidos em aula para dar suporte às análises dos estudos de casos, entrevista e discussões nas aulas de depoimentos dos empreendedores.

Empreendedorismo e pequenos negócios são temas frequentemente discutidos, entretanto o conteúdo de cada um desses conceitos varia de acordo com o país, com a época e as diferentes áreas de conhecimento.

Apesar de popularizada através da língua inglesa, o empreendedorismo tem origem na palavra francesa *entrepreneur*, usada no século XII para designar aquele que incentivava brigas (Dolabella, 1999).

O primeiro a usar o termo *entrepreneur* na teoria econômica foi Richard Cantillon em 1775. Ele via o empreendedor como um inovador e como um risk-taker, aquele que assume e corre risco com seu próprio dinheiro.

Para Cantillon o termo *entrepreneur* se referia aqueles que compravam matérias primas e as vendiam a terceiros depois de processadas, identificando uma oportunidade de negócio e correndo riscos (Dolabella, 1999).



FIGURA 1: Conceitos sobre empreendedorismo
FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Somente algumas décadas após Cantillon foi que Jean BatisteSay em 1803, aprofundou a análise sobre o empreendedor, fazendo uma distinção entre o capitalista e o *entrepreneur* e eventualmente entre os lucros do primeiro e do segundo, sendo chamado por isso o pai do *entrepreneurship*.

Jean BatisteSay considerou o empreendedor como aquele que combina diferentes valores de uma unidade produtiva, colocando-o no centro, tanto do processo produtivo como da teoria da distribuição, fato que mais tarde contribuiria para influenciar outros teóricos da economia.

A concepção que Say tinha de empreendedor, alguém que inova e é agente de mudanças, permanece até hoje, mas foi Schumpeter em 1934 quem deu relevância ao tema, associando o empreendedor ao conceito de inovação, colocando-o como elemento dinamizador do desenvolvimento econômico.

Na concepção schumpeteriana, o empreendedor pode ser descrito como um agente de mudanças na transformação do ciclo econômico, sendo um indivíduo com ideias, capaz de combinar capital e trabalho, fazendo algo verdadeiramente inovador: concebendo um novo produto, introduzindo um novo método de produção, criando um novo mercado, descobrindo novos materiais ou estabelecendo novas formas de organização.

É a capacidade de iniciativa, de risco, de inovação e de transformação que define o empreendedor Schumpeteriano.

Os economistas foram os primeiros a perceberem a importância dos empreendedores, entretanto a ciência econômica, fortemente estruturada com base em funções matemáticas e abordagens quantitativas, não formulou um modelo para explicar o complexo comportamento dos empreendedores.

No Século XX, na tentativa de entender as razões que levavam uma pessoa a empreender, vários pesquisadores estudaram os traços pessoais e as atitudes do empreendedor.

Max Weber recorreu aos sistemas de valores para explicar o comportamento empreendedor. Na obra “A ética protestante e o espírito do capitalismo” publicada em 1904, defendeu a tese de que a reforma protestante produziria uma verdadeira revolução, contribuindo para que os trabalhadores e empreendedores implantassem o capitalismo industrial moderno (Leite, 2000).

David McClelland, inspirando-se no estudo de Weber, ampliou a abordagem do empreendedorismo. Apoiado nos métodos das ciências do comportamento isolou certos fatores psicológicos demonstrando por métodos quantitativos que estes são importantes para o desenvolvimento econômico. A reflexão dos fatores psicológicos: necessidade de poder, afiliação e realização são os responsáveis pelo desenvolvimento e decadências econômicas, sendo a motivação para a realização um traço comum a toda classe empresarial. Destaca ainda as principais competências básicas do empreendedor: a iniciativa, a persistência, a especialização, o reconhecimento dos próprios limites e capacidade de persuasão (Leite, 2000).

Peter Drucker (1985) ampliou o acervo de obras sobre o empreendedorismo, trabalhando o conceito de empreendedor inovador elaborado por Schumpeter. Para Drucker o empreendedor é o agente de inovação, sendo aquele que maximiza oportunidades.

Gifford Pinchot (1985) abordou o tema empreendedorismo sob dois ângulos: o empreendedor dentro de uma organização já estabelecida, *intrapreneur* e o empreendedor fora de uma organização *entrepreneur*.

Fillion (1986) define o empreendedor como uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.

O termo empreendedorismo, *entrepreneurship* em inglês, significa fazer coisas novas, ou desenvolver maneiras diferentes de fazer coisas, tendo uma conotação prática, mas também implicando em atitudes e ideias, o Empreendedorismo pode ser visto como um processo dinâmico de criação de riquezas.

O conceito de empreendedorismo, segundo McClelland, é a pessoa que trabalha para dar vazão à sua necessidade de realização, para Schumpeter é aquele que realiza a destruição criadora, Drucker vê como o indivíduo que atua como inovador e Fillion diz que é o sonhador realista. Desta forma temos diferentes visões do empreendedor. Para um economista, é um indivíduo que traz recursos, trabalho, materiais e outros ativos agregando valor, sendo também um indivíduo que introduz mudanças na forma de organizar os elementos básicos da economia. Para os administradores é um agente de inovação e para os psicólogos, o empreendedor é motivado pela necessidade de alcançar algum objetivo, através de novas experiências buscando sua realização.

OS PENSADORES

Definições sobre empreendedor e Empreendedorismo de pensadores do mundo contemporâneo

Para reflexão sobre a diversidade de conceitos, apresentamos a definição de empreendedor feita por pensadores do mundo contemporâneo, com datas dos estudos. Seleccionamos os que consideramos mais relevantes para os nossos estudos da Universidade de Santa Catarina (2000).

A área de empreendedorismo vem crescendo com uma vasta publicação. Como a literatura é abundante seleccionamos algumas definições sobre o empreendedor e o empreendedorismo de pensadores contemporâneos com o objetivo de discutirmos como esses autores veem o empreendedor e o empreendedorismo (UFSC, 2000).

O empreendedorismo pode ser observado sob diferentes perspectivas, sob a perspectiva econômica, como fez Schumpeter, com seus trabalhos sobre a destruição criativa, na ótica da perspectiva psicológica como McClelland através da teoria de poder e filiação, ou na perspectiva administrativa como Drucker (Leite, 2000)

Schumpeter (1942) apresentou a teoria dos ciclos econômicos que mais tarde denominou processo de destruição criativa, onde a estrutura antiga é substituída por uma estrutura nova. O espírito renovador do empreendedor é o responsável por esse fenômeno. Desta forma pode-se afirmar que o desenvolvimento econômico é impulsionado pelos empreendedores dotados de qualificação e liderança para conduzirem com êxito os fatores de produção.

Desta forma a inovação, capacidade de criar, a liderança e a capacidade de gerir com competência um empreendimento, definem o empreendedor sob a ótica econômica.

Para Schumpeter (1942, p. 16),

o empreendedor é o homem que realiza coisas novas e não, necessariamente, aquele que inventa e a Inovação é definida como o critério para o empreendedorismo. A relação entre a inovação, a criação de novos mercados e a ação empreendedora, constituem a base do empreendedorismo... Empreendedorismo, como definido, consiste essencialmente em fazer coisas que não são geralmente feitas em vias normais da rotina do negócio; é essencialmente um fenómeno que vem sob o aspecto maior da liderança. Mas esta relação entre empreendedorismo e liderança geral é uma relação muito complexa.

Para McClelland (1987), O empreendedor foi definido como alguém que exercita controle sobre os meios de produção e produtos, e produz mais do que consome a fim de vender (ou trocar) pelo pagamento ou renda. Foi necessário especificar *full-time* (integral, o tempo todo), porque quase todas as tarefas das mais pré-literárias sociedades engajam-se em alguma atividade empresarial como definido em nível tão generalizado. Assim, o empreendedor foi definido como alguém que recebeu 75% ou mais de sua renda da atividade empresarial. Na prática, tais pessoas se tornaram comerciantes, artesãos independentes e operadores de empresas.

Drucker (1974, p. 37), diz que:

O trabalho específico do Empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente. Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática. A gerência do empreendedor (empresarial) dentro da nova abordagem possui quatro requisitos: Requer, primeiro, uma visão para o mercado. Requer, segundo, provisão financeira, e particularmente um planejamento, fluxo de caixa e necessidade de capital para o futuro. Requer, terceiro, construir um alto time de gerência, bem antes que o novo empreendimento necessite dele e bem antes que realmente possa ter condições de pagá-lo. E, finalmente, requer do empreendedor fundador uma decisão com relação ao seu próprio papel, área de atuação e relações.

Mancuso (1974), diz que um empreendedor é a pessoa que cria uma empresa próspera do nada. E Pinchot (1985, p. 32), traz o

conceito de Intrapreneur: “Qualquer sonhador que realiza. Aqueles que tem a responsabilidade de criar a inovação de todo o tipo dentro da organização. O Intrapreneur pode ser o criador ou inventor, mas é sempre o sonhador que figura, que maquina como transformar uma ideia em realidade lucrativa.”

Enquanto o empreendedor é, para Pinchot, alguém que preenche o papel do Intrapreneur fora da organização, Timmons (1985, p. 45), afirma que:

Empreendedorismo é a habilidade de criar e construir algo a partir praticamente do nada: fundamentalmente é um ato criativo. É encontrar energia pessoal para iniciar ou construir uma empresa ou organização mais do que simplesmente assistir, analisar ou descrever. Fazer tal afirmação sobre seu ponto de vista requer uma voluntariedade em acalantar riscos – ambos pessoais e financeiros – e, então, fazer todo possível para colocar do seu lado as vantagens, reduzindo assim as possibilidades de fracasso. Empreendedorismo é a habilidade de construir um time fundador para complementar suas próprias habilidades e talentos. Isso é o toque para sentir uma oportunidade onde os outros vêem caos, contradição e confusão. É possuindo esse know-how de encontrar, ordenar e controlar recursos (quase sempre de terceiros) e ter certeza de que você não ficará sem dinheiro no momento em que você mais precisará dele.

Filion (1986, p. 23), apresenta as seguintes definições:

Um empreendedor é uma pessoa imaginativa, caracterizada por uma capacidade de fixar alvos e objetivos. Esta pessoa, manifesta-se pela perspicácia em detectar oportunidades. Também, por longo período, ele continua a atingir oportunidades potenciais, continua a tomar decisões relativamente moderadas, tendo em vista modifica-la; esta pessoa continua a desempenhar um papel empresarial.

PRINCIPAIS COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DO EMPREENDEDOR

A McBeer & Company, empresa de consultoria de McClelland, especializada em análise de competências profissionais e padrões de comportamento, através de um contrato com a USAID, Agência para o Desenvolvimento Internacional das Nações Unidas, uniu-se com a Management Systems International (MSI) e fizeram em 1982 um projeto para estudos mais abrangentes sobre o comportamento

empreendedor e identificaram características que foram definidas e sistematizadas em vários conjuntos, sendo os principais da Universidade de Santa Catarina (2000), conforme sintetizado no Quadro 1.

QUADRO 1: Conjuntos do comportamento empreendedor

Conjunto de realizações	Conjunto de Planejamento	Conjunto de poder
Busca de oportunidade	Busca de informações	Persuasão e rede de contatos
Persistência	Estabelecimento de metas	Independência e autoconfiança
Corre riscos calculados	Planejamento e monitoramento	
Exigência de qualidade		
Comprometimento		

FONTE: elaborado pelo autor.

Fatores inibidores do potencial empreendedor

O empreendedorismo, ou espírito empreendedor é da maior importância para o desenvolvimento de uma região, estado ou país. É através dele que se tem constatado: a prosperidade de um povo. Sem dúvida, quando se fala de um país que muito cresce, é visto atualmente como sinônimo de invenção, inovação, modernidade, e crescimento econômico. Os Estado Unidos têm sido citado como exemplo de país no qual esse fenômeno ocorre e que como consequência o capitalismo encontra um campo fértil para se desenvolver. Para Drucker (1987), o que o diferencia de outros países em termos de crescimento econômico, é a existência de forte espírito empreendedor do seu povo.

Degen (1989), considera que existem fatores inibidores do potencial empreendedor que precisam ser desafiados para que haja crescimento do potencial empreendedor.

Os principais fatores são os seguintes (Degen, 1989):

1. Imagem social

- Os empregados que atingiram uma boa posição, pensam que podem prejudicar sua imagem social ao iniciar um novo negócio.

- Os empreendedores, que desejam ter sucesso precisam estar dispostos a, no início, desenvolver ele mesmo todas as atividades na sua empresa.

2. Disposição para assumir riscos

- Empreendedor tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles, o insucesso se dá não porque o empresário sofre revezes, mas porque não sabe superá-los.
- Risco deve ser calculado. O risco financeiro deve ser limitado a uma quantia predeterminada, suportável pelo empreendedor, não só pelo planejamento, mas também pela divisão com os sócios, e até com fornecedores e clientes.

3. Capital social

- São os valores e ideias incutidos por nossos pais, professores, amigos que influenciam nossa formação intelectual e que inconscientemente orientam nossas vidas.

Preparo e autoconfiança para empreender em um negócio próprio

Segundo Degen (1989), o preparo para empreender um negócio ocorre através de etapas onde o empreendedor vai aprendendo e aumentando a sua autoconfiança.

Essas etapas, observadas na Figura 2 – Preparo e Auto Confiança para empreender são as seguintes:

- 1) Domínio sobre as tarefas necessárias;
- 2) Aumento da capacidade Gerencial;
- 3) Crescimento da visão empreendedora;
- 4) Domínio sobre a complexidade do negócio.

Nos estudos de casos de empreendedores mais recentes mostram a existência de empreendedores mais jovens, entretanto ocorre a necessidade de etapas através das quais o empreendedor vai ampliando sua percepção e aumentando sua autoconfiança até chegar ao domínio sobre a complexidade dos negócios.

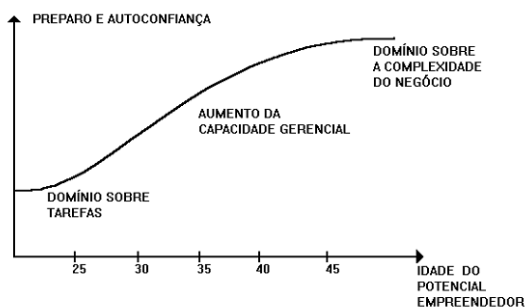


FIGURA 2: Preparo e Auto Confiança para empreender
FONTE: DEGEN, 1989.

Fatores que ajudam a galgar o sucesso

O SEBRAE, acompanha a trajetória de empreendedores e ressalta que o empreendedor para ser exitoso deve percorrer uma trajetória vencendo obstáculos através das seguintes etapas: desenvolver esforços para identificar o seu potencial empreendedor, conhecer e desacreditar os mitos. A necessidade de realização deve impulsionar o empreendedor que necessita estar disposto a trabalhar arduamente e não se abater com as dificuldades até obter o tão almejado êxito, como pode ser visto na Figura 3.

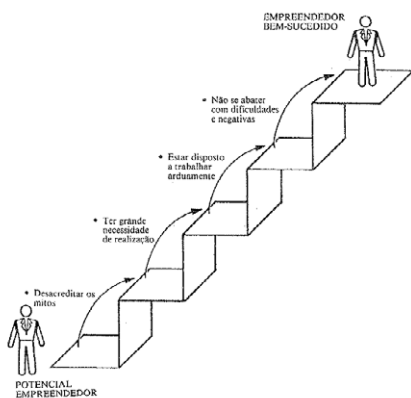


FIGURA 3: Fatores que ajudam a galgar o sucesso
FONTE: DEGEN, 1989.

Principais motivos para iniciar um negócio próprio

Segundo Degen (1989), os principais motivos para iniciar um negócio são:

- Vontade de ganhar muito dinheiro;
- Desejo de sair da rotina;
- Vontade de ser seu próprio patrão;
- Necessidade de provar a si e aos outros de que é capaz de realizar um empreendimento;

Desejo de desenvolver algo que traga benefícios, não só para si, mas para a sociedade.



FIGURA 4: Abertura de um negócio
FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.



ESTUDOS DE CASO

INTRODUÇÃO

Estudos de caso são uma estratégia de pesquisa científica qualitativa que analisa um determinado objeto de estudo, considerando o contexto em que está inserido, realizando um estudo intensivo e sistemático sobre esse objeto seja uma instituição, comunidade ou indivíduo.

O objetivo deste estudo intensivo é servir de base e referência sobre a mesma temática, em nosso caso, empreendedorismo, diante disso um bom estudo de caso deve abordar, quando possível, tanto os aspectos positivos quanto os negativos do objeto estudado, bem como suas ideias, oportunidades, seus desafios e seu plano de negócio.

Toda a trajetória do empreendedor estudado é proveitosa como orientação para uma equipe, empresa ou profissional que almeja adquirir os conceitos fundamentais e conhecimentos úteis na área de negócios que são os primeiros passos para o sucesso. Apesar de que cada caso tem sua particularidade, as experiências de quem já trilhou um caminho parecido, diminuem consideravelmente a probabilidade de decisões erradas de um novo empreendedor.

Os empreendedores escolhidos para o estudo foram: Mary KayAsh, Stan Lee, Jeff Bezos, Mark Zuckerberg e Luíza Saldanha. São cinco empreendedores muito distintos e com características únicas, que obtiveram êxito em suas respectivas áreas, e mesmo sendo tão diferentes, consegue-se observar os aspectos que eles possuem em comum e que os levaram ao sucesso.

Mary Kay Ash

Mary Kay Ash trabalhava em uma empresa chamada Stanley Home Products e permaneceu nela durante 25 anos. Lá construiu uma carreira incrível e se tornou gerente no entanto, não lhe foi permitido sua promoção por ser uma mulher, e viu um homem mais novo e treinado pela mesma para assumir seu posto. Indignada com a desigualdade de gênero no trabalho que havia vivenciado resolveu pedir demissão. Logo após começou a trabalhar na World Gift, onde em um ano de trabalho ela conseguiu aumentar o valor de mercado da empresa em 50%, se tornando a diretora nacional de treinamento. Entretanto em 1963 ela foi mais uma vez vítima de discriminação de gênero. E a partir disso, decidiu agir e fazer algo a respeito: não só por ela, mas por todas as mulheres.



FIGURA 5: Poder feminino
FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

De início, ela escreveu um livro para ajudar as mulheres a ocuparem seus lugares no mercado de trabalho, especificamente para lidar com o machismo na área. No livro, Mary Kay descreve como seria uma empresa ideal ao seu ver, e, foi nesse momento que ela percebeu que tinha um plano de negócios para sua própria empresa. Em 13 de setembro de 1963, com suas próprias economias, Mary Kay Ash lançou a sua marca revolucionando o mercado que até então era dominado por homens. Ela sempre acreditou que os valores corretos podiam levá-la até o topo e permaneceu fiel às lições de vida que a moldaram como pessoa, certificando que estava liderando pelo exemplo e elevando os outros ao longo do caminho. Sua integridade inabalável inspirou milhões de mulheres e fez dela uma das maiores empreendedoras e líderes do mundo.

A empresa Mary Kay é uma das maiores companhias do segmento de cuidados com a pele, maquiagem e fragrâncias nos EUA e está presente em mais de 40 países, sendo considerada uma das maiores empresas de cosméticos do mundo. Através da ideologia feminista e de incentivar sonhos, empregados pela empreendedora e pela empresa, a marca tornou-se um sucesso mundial. A referida marca leva seu consolidado propósito na melhoria de vida de diversas mulheres a terem sua independência financeira com êxito. Seu grande diferencial, também, vem das suas políticas internas, ao estimular através de prêmios e bonificações essas mulheres a alcançar objetivos. Como por exemplo o famoso carro rosa que era concedido às pessoas que atingissem certa meta de vendas, incentivando o empreendedorismo e crescimento da marca, assim como a autonomia e credibilidade das suas consultoras. E, foi assim, que Mary Kay Ash revolucionou o mercado e o empreendedorismo, que até hoje movimenta o mercado e continua transformando vidas.

Stan Lee

Ao contrário do que muitos informam, Stan Lee nunca foi “cofundador” da Marvel Comics, na verdade, Lee sempre foi um empregado. Ele era sobrinho da esposa do dono da então Timely Comics (que viria a se tornar Marvel Comics) Martin Goodman. Então Stan começou como office boy e foi crescendo até se tornar editor chefe. Lee se adequa na definição empreendedora de Filion e de Pinchot, por conta de suas habilidades criativas e inovadoras em suas famosas

obras na Marvel, e por ser um intraempreendedor, que começou como um simples funcionário. No entanto, começar de office boy não impediu Stan de ser um empreendedor dentro de sua própria função, auxiliando seus superiores e seu próprio tio, e oferecendo sugestões e ideias para os próprios escritores da época.

Nos anos 60, após a crise dos quadrinhos, Stan Lee liberou toda a sua imaginação e junto com a sua equipe criou os mais incríveis e inéditos personagens da marca Marvel que viriam a se tornar mundialmente famosos, o que diferenciava os super heróis de Stan Lee dos demais foi a sua humanização e o fato de que ele usava seu trabalho como um meio de crítica social, Lee tinha a capacidade de olhar o que estava acontecendo no mundo e escrever para os seus leitores com base nisso. Entretanto, a Marvel ainda era uma empresa pequena mesmo depois de seus recentes sucessos, e Stan Lee ocupava as funções de editor chefe, editor criativo e roteirista. Diante de uma equipe pequena, dificuldades com a concorrência e mudança de interesse do mercado, Lee demonstrou resiliência e autonomia para então criar o que viria a ser conhecido como o Estilo Marvel.

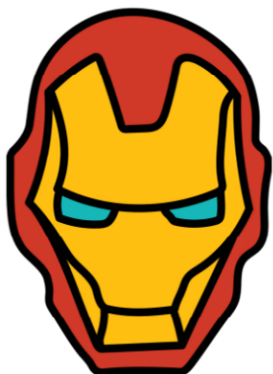


FIGURA 6: Personagem “Homem de ferro” criado por Stan Lee em 1963

FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Stan Lee transformou a dificuldade de falta de braços em um diferencial na criação de histórias da Marvel. O método consistia em uma maior conexão entre os artistas e os roteiristas, em que ambos os setores agiam com sinergia e colaboração um com o outro, e por ser uma equipe pequena o método foi facilmente empregado. No

entanto, Lee não teve grande competência na liderança, apesar de sempre motivar e manter boas relações com seus funcionários, o novo Estilo Marvel acabou requerendo muito mais trabalho dos artistas do que do roteirista (Stan Lee) e isso fez com que alguns de seus artistas ficassem insatisfeitos com a liderança de Lee. Além disso, Stan Lee foi acusado de apropriação intelectual por um de seus desenhistas, Jack Kirby, como o artista tinha mais liberdade (e obrigações) na Marvel devido ao novo método empregado, ele criou o personagem Surfista Prateado na 50 Edição de "Fantastic Four", sem o conhecimento de Lee.

Então quando a revista foi publicada, Kirby justificou a criação do Surfista a Lee, e ele adorou o conceito e a ideia do personagem, tanto que decidiu criar uma revista solo do herói, no entanto, não informou Kirby de seu plano, e contratou outro artista para desenhar a revista do Surfista Prateado, o que desagradou Jack Kirby e instigou sua saída da Marvel. Com a popularidade da televisão e do cinema crescendo cada vez mais, Stan mostrou sua adaptabilidade ao mercado e começou a investir juntou com seus parceiros em séries de televisão e filmes, que embora não tenham sido bem sucedidos em sua maioria, não os abalou e serviu de conhecimento e experiência para suas próximas tentativas. A persistência de Stan rendeu frutos muito tempo depois com a criação da Marvel Studios que é responsável por uma das maiores e mais rentáveis franquias de cinema de toda a história, e foi prometido a Lee 10% de todo lucro futuro referente aos heróis que ele criou.

Concluindo, Stan Lee foi um grande exemplo de empreendedorismo que começou da função mais baixa possível e conseguiu se erguer até o prestígio que tem hoje em dia, tudo movido por sua paixão por escrever e seu objetivo de fazer um material de qualidade. Ele se arriscou, falhou, mas também acertou muito, e hoje é retratado como uma lenda das histórias em quadrinhos adorado por muitos fãs gratos por seu trabalho.

Jeff Bezos

Jeff Bezos fundou a Amazon em 1994 depois de fazer uma viagem de cross-country de Nova Iorque para Seattle, escrevendo o plano de negócios da Amazon no caminho, e inicialmente instalou a empresa em sua garagem. Em 1998, a Amazon vendia DVDs, CDs e brinquedos em geral. Nos anos 2000, foi criado o marketplace, que é o sucesso

da sua empresa até hoje. No ano de 2005, ele fundou o programa Amazon Prime, que fornece uma série de benefícios aos consumidores – como frete grátis, promoções exclusivas, entre outros – e fez sua empresa prosperar e crescer mais ainda. Ao perceber a força que a internet foi ganhando ao passar dos anos, Jeff Bezos foi muito estratégico e soube expandir seu negócio através dela, fazendo com que seus clientes recebam seus produtos no conforto de sua casa de modo que haja bom custo benefício. Além disso, em 2007, a Amazon teve outro lançamento de sucesso: o Kindle.



FIGURA 7: “Amazon”, empresa fundada por Jeff Bezos

FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Trata-se de um produto digital, em formato de tablet, específico apenas para leituras que foi bastante aprovado pelo público devido à sua tecnologia e praticidade de poder ter vários livros em apenas um local. Tendo em vista o crescimento da Amazon, é de suma importância avaliar as características de Bezos. Sendo assim, é possível perceber que ele se enquadra na definição de empreendedor de Say, cuja definição dizia: “um agente da mudança e um influenciador”. Ele também apresentou características de adaptabilidade, transformação digital e conectividade, pois soube se aproveitar do rápido crescimento da internet para expandir seu negócio. Ainda que Amazon não tivesse decolado de primeira, Jeff teve resiliência e procurou como melhorar sua empresa e oferecer produtos de qualidade, servindo como inspiração para muitos que tem receio de começar ou de continuar o seu negócio mesmo em tempos ruins.

Mark Zuckerberg

Mark Zuckerberg é um empreendedor associado na definição de Filion, ele foi um sonhador que mudou o mundo com suas ideias.

Desde jovem, ele admirava o mundo eletrônico e tecnológico, parte desse fascínio se deve ao seu filme favorito na época, Star Wars, que abordou um universo fictício futurista que o inspirou. Notando o interesse do filho em computação, seu pai o apresentou com o livro que mudaria sua vida, chamado de “C++ para leigos”, que continha noções básicas de computação e programação. A primeira empreitada de Mark se chamava “ZuckNet” era uma rede que conectava o seu computador à clínica odontológica do seu pai, o programa também permitia que o computador do seu pai também se comunicasse com outros computadores da própria clínica, tal como um tipo de internet interna do consultório.

Já formado em programação pela Mercy College, enquanto ainda cursava o colégio tradicional, Zuckerberg criou em 2001 sua primeira iniciativa de sucesso a Synapse Media Player, um programa capaz de rastrear as preferências musicais de usuários conectados à internet. Como o mercado musical estava em crescente na época, o programa de Zuckerberg chamou atenção, a Microsoft ofertou para comprar o programa e contratar Zuckerberg, no entanto, ele recusou e preferiu continuar programando sozinho.

Em 2002 Mark se matriculou na Universidade de Havard, e elaborou seu projeto mais ambicioso até então, com a ajuda de seus amigos. Juntos eles criaram o aplicativo “Facemash”, um site em que os estudantes de Havard comparavam fotos de alunas da universidade a fim de escolher qual era mais bonita.

Para conseguir as fotos o grupo hackeou o banco de dados da Universidade de Havard que continham fotos de todos os estudantes, o “Facemash” logo ficou muito popular e assim que a direção de Havard soube do ocorrido, foi ordenado que o aplicativo ficasse fora do ar, por conta do uso inadequado das fotos. Além tirar o site do ar, os criadores ainda receberam uma advertência da faculdade devido ao comportamento inadequado e Zuckerberg pediu desculpas publicamente após o incidente, e ainda publicou artigos informando que seu site era “completamente inadequado”.

Apesar da recepção mista, o “Facemash” deu o pontapé para uma ideia, um site em que as pessoas pudessem interagir umas com as outras por meio de fotos, e o nome para o novo projeto veio do livro anual que continha as fotos de todos os estudantes da universidade, The Face Book.

Então em 4 de fevereiro de 2004 surgiu The Facebook, o novo site era literalmente uma rede social, apesar de não ser muito diferente de seus concorrentes, a plataforma chamou atenção devido a

velocidade do seu crescimento, e em poucas semanas, The Facebook já havia se propagado a outras universidades além de Havard. O crescimento da empresa foi baseado desde seu início em uma estratégia que ficaria mundialmente conhecida como “GrowthHacking”, desde o começo os programadores do Facebook utilizavam técnicas de atração de usuários que variavam desde métodos tradicionais até mesmo alguns considerados antiéticos. Um exemplo disso foi que Mark Zuckerberg e seus programadores adquiriram o email de todos os estudantes de Havard, para aumentar a propagação do Facebook, após terem hackeado o sistema interno da universidade.



FIGURA 8: “Facebook”, rede social desenvolvida por Mark Zuckerberg
FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Um dos diferenciais do Facebook foi a maneira de ganhar dinheiro, enquanto outras mídias sociais tinham dificuldade para arrecadar dinheiro com seus usuários, Mark traçou sua estratégia para manter o negócio rentável desde cedo, apesar de ser gratuito como as demais.

Zuckerberg entendia que a plataforma concentrava diversas pessoas e onde estão concentradas diversas pessoas existe a oportunidade de se fazer dinheiro. Logo quanto mais usuários o Facebook tivesse, mais valorizado seria, e mais caro seria para inserir um anúncio dentro da plataforma, diante dessa oportunidade, em poucos meses o Facebook já permitia a veiculação de anúncios. Quando Zuckerberg percebeu a prosperidade de seu negócio, ele decidiu sair do dormitório da universidade, onde ele operava, e alugar uma casa para gerenciar melhor o Facebook e ter mais espaço para contratar novos funcionários.

Além disso, Mark decidiu largar o curso em Harvard, seguindo o caminho de outro famoso empreendedor, Bill Gates, que havia feito o mesmo, anos antes. Sean Parker foi o primeiro presidente do Facebook eleito por Zuckerberg, e ele foi um dos responsáveis pela expansão do Facebook para além das universidades americanas.

Mark Zuckerberg não se considera um líder centralizado, a rede social tem um time de investidores que têm voz nas tomadas de decisão.

A chefe de operações da rede, Sheryl Sandberg, também tem um papel importante na empresa. Em várias entrevistas, Zuckerberg afirmou que o trabalho dela é essencial – enquanto ele pensa, ela executa, mostrando que a cooperação e o trabalho em equipe por trás do Facebook é um dos fatores que o levou a ser uma das mais populares redes sociais do mundo. Em conclusão, o perfil empreendedor de Mark Zuckerberg nos ajuda a assimilar alguns conceitos: Não tenha medo de errar, se arrisque! Pois há muito a se aprender de uma falha, valorize a sua equipe e encontre o que você ama profissionalmente e se dedique nisso. Essas atitudes marcaram a carreira de Mark Zuckerberg, que mesmo que não tenha sido perfeita, diante de vários processos judiciais de antigos sócios e trabalhadores, é considerada um exemplo para todos os aspirantes a empreendedor.

Luíza Saldanha

Luíza Saldanha é a proprietária e CEO de uma das maiores redes de farmácia de manipulação do Brasil, a Pharmapele; com uma visão estratégica e inovadora, seu trabalho revolucionou e impactou o mercado farmacêutico magistral, abrangendo as áreas dermacêuticas e nutracêuticas, além da farmacologia tradicional.

A Pharmapele nasceu no ano de 1987, só que nesta época os medicamentos eram manipulados nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, somente em 1989 com a vinda da Luíza Saldanha para a cidade do Recife, que a empresa começou a tomar o formato independente da manipulação. A empresária, tendo experiência na área (pois trabalhou em uma multinacional) percebeu que criar um relacionamento com os prescritores era a chave para aumentar o público de alcance.

Sempre em busca de inovação e com um olhar empreendedor aguçado, foi inaugurada em 1991 a loja do Entroncamento, onde oferecia para o público inovação em seu formato e uma experiência

única, que impactou com diferencial na época, na loja os clientes podiam ver os técnicos manipulando as medicações e fornecia um designer específico para mulheres, exaltando a força e o empoderamento desta classe.

Apresentando uma visão estratégica, em 1992 inaugurou-se a primeira farmácia de manipulação em um shopping center, esta ação expandiu a rede de farmácia para outros shoppings locais e estados vizinhos, mantendo sempre a qualidade e o comprometimento com o cliente.

Uma das maiores características da Pharmapele é a qualidade, e isso pode ser demonstrado pelo time de profissionais capacitados que atuam para garantir eficácia e segurança às formulações que são entregues aos clientes.



FIGURA 9: Marca Pharmapele
FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

De forma técnica comprobatória, a Pharmapele foi a primeira rede de farmácia de manipulação brasileira a adquirir o sistema de pesagem monitorada, este sistema tecnológico garante com que as formulações sejam rastreadas e monitoradas, passando por um controle de qualidade rígido e eficaz.

Quando o quesito é inovação, a Pharmapele é totalmente favorável. A empreendedora também prioriza a pesquisa e o desenvolvimento, buscando sempre fornecer produtos novos e de qualidade,

abrangendo cada vez mais os diversos públicos, principalmente no âmbito dos cosméticos, desenvolvendo formulações que irão agradar todas as faixas etárias.

A visão empreendedora de Luíza Saldanha fez com que a empresa não seja somente uma rede de farmácias e sim um grupo comercial, alcançando prêmios de qualidades de franquizados, alcançando quase todos os estados do Brasil, se tornando uma empresa respeitada no mercado nacional e conceituado nos mais diversos âmbitos empresariais.

A Pharmapele é uma empresa que visa a promoção da assistência farmacêutica de qualidade, a manipulação de produtos seguros e eficazes e principalmente a saúde e bem estar daqueles que formulam e consomem os produtos dessa farmácia de manipulação.

CONCLUSÃO

Com a pesquisa e discussões dos perfis de empreendedores dos estudos de casos pode-se observar as características que marcam um empreendedor de maneira prática, inclusive os conjuntos que cada um deles desenvolviam mais fortemente, seja de influência, planejamento e resolução de problemas, conjunto de maturidade pessoal, entre outros.

Os estudos de casos além de mostrarem a trajetória de cada um, possibilitaram entender formas e estratégias que podem servir como exemplo, para ser seguido ou evitado, já que são grandes nomes do mundo dos negócios com vastos conhecimentos a serem repassados.

Apesar das diferentes áreas de atuação, observaram-se características comum entre os empreendedores, com destaque para a determinação e não desistência diante das dificuldades que enfrentaram, sejam elas no âmbito financeiro, social ou relacional. Esses empreendedores mostraram que empreender se aprende com pesquisa de campo, dedicação nos estudos e estratégias no dia a dia, com as experiências que vão se acumulando e principalmente com a busca pela realização de um sonho e com a certeza do legado que se quer deixar para a sociedade.



ENTREVISTAS

INTRODUÇÃO

O conhecimento e o estudo do mercado são extremamente necessários para empreender. Com o propósito de fomentar o comportamento empreendedor, uma ferramenta que pode ser utilizada como objeto de estudo é uma entrevista direta com os próprios empreendedores, verificando na prática como foram os processos interligados desde a transformação das ideias até a ação, aproveitamento das oportunidades e os desafios e problemas enfrentados.

As informações obtidas nas entrevistas com os empreendedores que já atuam no mercado concede parâmetros interessantes para ampliar a visão empreendedora, coletando experiências em diferentes setores e traçando uma análise de cenário para busca de oportunidades. Além de absorver os alicerces fundamentais, como o propósito e missão, que é a base de uma empresa, entender o processo dinâmico que ocorre durante a trajetória dos empreendedores fornece fundamentação para aplicar condutas e escolhas mais assertivas em seu negócio. Escutar histórias de quem já iniciou esse processo, seja de pequenos, médios ou grandes empresários, é uma fonte de conhecimento extremamente válida.



FIGURA 10: O Empreendedor
FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Para as entrevistas que serão relatadas, foram escolhidos empreendedores de diferentes setores nas cidades: Recife- Brasil e em Santa Cruz de la Sierra - Bolívia. O objetivo utilizado foi conduzir as entrevistas abordando perguntas sobre temáticas base como visão e missão da empresa, o sistema de relações e o processo de aprendizagem do empreendedor, e de forma específica, história interpessoal que o levou a empreender e informações do seu negócio na prática. Foi informado ao entrevistado que não seriam abordados temas de natureza confidencial e seria respeitado caso não quisesse responder alguma pergunta.

A entrevista teve como parâmetro o guia para entrevista com um empreendedor extraído do livro FILION, L.J., VISON et RELATIONS (1991), traduzido e adaptado por Fernando Dolabela em julho/93 e devidamente adaptado.

EMPRESA: THORPE'S BRIGADERIA

Empreendedores: José Athaíde Júnior e Fabiana de Melo Thorpe
Local da Sede: Rua General Polidoro, 352 - Ij10 - Cidade Universitária,
Recife-PE

Contato: contato@thorpesbrigaderia.com.br

Site da empresa: www.thorpesbrigaderia.com.br
Rede social (Instagram): @thorpesbrigaderia
Entrevista realizada com José Athaide Júnior.



FIGURA 11: Bombons da Thorpe's brigaderia
FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Informações da empresa

“Os empreendedores são José Athaide Júnior e Fabiana de Melo Thorpe, juntos somos os sócios e fundamos a empresa Thorpe's Brigaderia. Atualmente, temos quatro unidades, três nos bairros CDU, Espinheiro e Madalena em Recife, e uma unidade em Olinda. O setor de atividades é o de alimentação, na parte de docerias, e temos hoje cerca de 30 empregados.”

A história

“Fizemos cursos no Sebrae, conversamos com empresários, para poder calcular preços, ter noção de impostos, e tudo para ver a viabilidade do negócio. Coincidentemente, eu estava fazendo pós na área de marketing e gestão de negócios, e o projeto para o TCC eu montei em cima de uma empresa real, que era a Thorpe's Brigaderia, que pretendíamos abrir.

Em 2014, abrimos nossa empresa com mais dois funcionários (menores aprendizes).

A empresa vai completar sete anos, começamos em 2014, com sede na Cidade Universitária. Com o passar do tempo foi crescendo e em 2017 abrimos uma unidade no bairro do Espinheiro, ampliamos a cozinha, precisava de um local para produzir, e em 2020

abrimos a unidade da Madalena e de Olinda para delivery devido a esse crescimento. Então vemos um processo evolutivo muito significativo na Thorpe's.

Eu (Athaíde) sou formado em relações públicas com pós-graduação em marketing e Fabiana em administração, também com pós-graduação em marketing. Em relação a essa questão tivemos esse privilégio de instrução de educação.

Desde 2011, minha esposa (Fabiana Thorpe) começou a pesquisar na internet e fazer brigadeiros para complementar a renda e foi dando certo, eu levava para a empresa que trabalhava os brigadeiros, trabalhei em uma empresa de telefonia por 11 anos, no início os familiares também levavam para vender onde trabalhavam e foi um negócio que deu certo. Nós conversamos que estávamos vendo resultados, e quando eu sai da empresa que trabalhava em 2013, optamos realmente em investir em abrir a empresa. Vimos que na Cidade Universitária ocorre um potencial legal para montarmos e resolvemos empreender."

Elementos para o aprendizado

"É a gente ter realmente a humildade e necessidade de saber que precisa estar dialogando, aprendendo com todos os setores, para que possamos estar crescendo."

Divisão das atividades

"Eu fico com a parte comercial e de redes sociais. Fabiana com a parte do financeiro e produção. Mas hoje já temos uma equipe, supervisores de loja, área administrativa, área de compras, líder de produção, para delegar funções e fazer com que as coisas funcionem de acordo com nossa demanda."

Regras para alcançar o sucesso

"Ter pessoas que possam te ajudar. Recorrer a pessoas e instituições que possam te ajudar, conversar com empresários para poder saber onde você vai "estar pisando"."

Sucesso como empreendedor

“Acho que empreender é algo realmente difícil, precisa ter coragem para poder apostar, entender o mercado, confiar no seu produto/negócio e planejar o que você vai fazer, não adianta abrir já com o risco de fechar. O risco sempre existe, mas se você não calcular e não planejar o risco se tornará maior. É gratificante empreender, apesar de todas as dificuldades de trabalhar com pessoas, o sistema tributário no Brasil realmente não ajuda, isso dificulta muito, mas é muito prazeroso, vale a pena empreender. Foi importante o apoio do Sebrae e de pessoas que possam te ajudar no início.”

Futuro

“Procuramos está nos informando na leitura, em cursos e estar antenado ao mercado, a tecnologia principalmente, o que podemos estar colocando em prática, saindo na frente, para poder facilitar você conhecer mais o seu cliente, que ele compre, e goste cada vez mais de você.”

Modelo de empreendedores

“Acho que o modelo é entender o seu negócio e fazer da melhor maneira com conhecimento, não adianta fazer por fazer.”

Construção de um legado

“Fazer com que a empresa seja referencial e seja um exemplo dentro do seu segmento. Que possa ser lembrada como uma empresa referência no mercado no ramo de doces, que se preocupa com o cliente, que oferece produto de qualidade e seja a melhor opção dentro da sua região.”

EMPRESA: DENTRO DO CAIXOTE

Empreendedores: Júlia Mota e Sofia Mota

Local: Rua Padre Bernardino Pessoa, 690 - Boa Viagem, Recife - PE

Contato: dentrodocaixote@gmail.com
Rede Social (Instagram): @dentrodocaixote
Entrevista realizada com Júlia Mota



FIGURA 12: Caixote de doces de Dentro do caixote
FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

A história

“As sócias da empresa somos eu, Júlia Mota, e minha irmã Sofia Mota. Eu (Júlia) sou nutricionista e Sofia é chef de cozinha e chef consultora de vários restaurantes de Recife. A empresa começou por uma questão de necessidade, de ter algo novo. Eu (Júlia) estava querendo presentear minha namorada, e pensei em uma cesta de café da manhã com produtos artesanais e de qualidade, e não achei com facilidade, decidi então eu mesma fazer. Minhas amigas viram e começaram a pedir para fazer para elas também, e com isso eu vi um nicho de mercado. Na época, em 2018, eu estava no final da faculdade de nutrição, ainda não tinha o CRN, era estudante, hoje sou nutricionista. Nisso comecei a produzir e fundei a empresa Dentro do Caixote.

Com um ano de empresa, surgiu a oportunidade de eu (Júlia) morar em São Paulo, por questões pessoais eu fui, foi quando minha irmã se associou a empresa, ela trabalhava em Recife e eu continuei trabalhando através do home office de lá de São Paulo. Contudo, foi no cenário da pandemia que a empresa começou a crescer bastante, através de caixotes de madeira encontramos uma forma de aproximar as pessoas mesmo com o distanciamento social, criamos um engajamento forte nas redes sociais, com isso voltei para Recife.

Hoje, temos uma equipe que trabalha para levar o Caixote diariamente para as pessoas e isso nos deixa muito feliz. Em tempos de crise, ter uma empresa que mantém pessoas trabalhando é muito gratificante. Somos muito gratas a cada um que faz o Caixote ser o que é."

Funcionamento da empresa

"A empresa funciona da seguinte forma: trabalho na parte de administração, finanças e atendimento ao público. Minha prima Julliane também trabalha comigo nessa parte. Sophia Mota (sócia) trabalha com a produção, personalização e criação do produto. Na personalização dos caixotes com Sophia, trabalham também minha mãe e outra funcionária. Na montagem dos caixotes, na parte de fazer as comidas, ficam mais duas funcionárias. E uma na limpeza. Nós temos um entregador fixo da empresa e também alguns prestadores de serviço que também fazem esse tipo de entrega. A logística de funcionamento da empresa: O cliente chega através do WhatsApp, os pedidos são feitos por essa via, encomendam o caixote, eu e Juliane passamos para as meninas da criação, personalização e montagem."

Regras para o sucesso

"Criatividade, qualidade dos insumos, atendimento, pontualidade na entrega e pós venda. Transparência e acessibilidade dos nossos clientes até chegar até nós."

Relações externas a empresa

"Nós temos um público bem diversificado e não temos distinção com nada. Não participamos de algo específico de núcleos religiosos ou políticos."

Importância das relações

"Empatia, sensibilidade e agilidade para atender o que meus clientes pedem. Trabalhamos não só com comidas e sim com sentimentos."

Aprendizado para o sucesso

“Todos os dias levamos amor em forma de caixote para muitas pessoas. Penso que o segredo para o sucesso está justamente aí, o amor que temos em fazer cada coisa que vai no caixote. Organização também é um segredo grande para o sucesso. Tanto na organização de pedidos, pessoais, financeira. O sucesso é apenas resultado de todo esforço de um conjunto de pessoas.”

Evolução das relações

“A maior diferença que visualizo é que no começo da pandemia me sentia muito sozinha, com a pandemia tudo mudou, a empresa cresceu! Ganhamos muitos clientes, hoje tenho alguns funcionários como te falei no começo, vários entregadores, uma demanda alta, a diferença principal é essa.”

EMPRESA: SD SOBRANCELHAS DESIGN

Empreendedora: Lica Lopes Ramalho

Franquias: Rua Antônio Novais, 86 - Graças, Recife-PE/ Rua Padre Carapuceiro, 777, Recife-PE/ Plaza Shopping Piso L4 - Casa Forte, Recife-PE

Contato: lizianelopesramalho@gmail.com

Redes Sociais (Instagram): @licalopes10

Entrevista realizada com Lica Lopes Ramalho



FIGURA 13: Sobrancelhas da SD Sobrancelhas Design

FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Surgimento da empresa

“Sou formada em administração de empresas e há uns 12 anos comecei a frequentar lugares para fazer a sobancelha e vi ali uma oportunidade interessante de mercado para me aventurar. Não houve influência familiar, pois sou filha de bancários.”

Funcionamento da empresa

“A SD sempre tenta ditar o ritmo do mercado. São muitos manuais e treinamento para que as sobancelhas possam sair da melhor maneira possível.”

Atividades preferidas

“Minha atividade preferida é cuidar de pessoas e estar sempre acompanhando minha equipe. O que ocupa mais tempo e que dá resultado é motivar a equipe e trazer sempre algo diferente.”

Evolução da empresa

“Os cinco primeiros anos foram de tentativa de expansão com o intuito de ganhar o máximo de clientes possíveis. Agora a empresa está numa fase na qual busca clientes fixos que estejam sempre ali por gostar do local e que realmente entendam o propósito da empresa.”

Sucesso como empreendedor

“Temos muito treinamento e com a pandemia a franqueadora aumentou a quantidade de treinamentos, onde estamos agora com capacitação toda semana. Já que temos ferramentas para fazer algo de maneira online, possibilitando que pessoas da ponta possam ter acesso. Acredito que esse é um dos nossos diferenciais competitivos, estar sempre treinando, sempre lembrando o propósito da empresa

e também os diferenciais. Nossas funcionárias passam para nossas clientes os por quês delas pagarem a mais pelo serviço, já que somos líderes em design, entregamos mais a cliente.”

Construção de um legado

“Temos que ter o propósito de melhorar a vida das pessoas, trazendo dicas de saúde, beleza e bem estar cuidar nas quais incentivamos as pessoas a se cuidarem, e por consequência, cuidarem de suas sobancelhas também, tendo sempre cuidado nos produtos que são passados e como são passados. Acredito que a Sobrancelhas Design tem esse legado de estar preocupado sempre com o que é passado para as clientes, por exemplo nosso gel totalizante que foi desenvolvido exclusivamente por nós, onde contratamos químicos para realmente pesquisar os ingredientes que não iriam causar mal, se não iria ter metais pesados que poderiam ser perigosos.”

Preparo para o futuro

“Estamos sempre atualizados sobre o mercado, sobre os concorrentes e novidades por meio de redes sociais. Também procuramos evoluir e nos atualizar na parte de mercado, na parte financeira, sobre melhores formas de gerenciamento de negócios e experiências de outras empresas de ramo semelhante.”

Maior dificuldade no ramo

“Manter a equipe engajada e proativa. Costumamos fazer desafios e dinâmicas semanais em prol disso, mas nem sempre é fácil além de ocupar muito tempo.”

Relacionamento com os clientes

“Consideramos muito importante ter uma relação boa com os nossos clientes, não só no momento de vender. Sendo assim, sempre

estamos tentando manter uma relação, mandamos mensagens, para que o cliente sinta confiança no nosso trabalho.”

Conselhos para um novo empreendedor

“Ser resiliente, buscar inovar e trazer valor. Sempre vão existir dias ruins, mas é preciso saber seguir.”

EMPRESA: O FRANGO ASSADO & CIA

Empreendedor: Jansen da Cunha Melo

Local: Estrada do Bongi, 995- Bongi, Recife-PE

Redes Sociais (Instagram): @ofrangoassadoecia

Entrevista com Jansen da Cunha.



FIGURA 14: Frango da Frango Assado & Cia

FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Evolução da empresa

“Iniciei as atividades em 2008, nos fins de semana com drive-in e delivery, procurando atender demanda de bairros adjacentes. Com o passar do tempo, e a consolidação de clientes, passamos a funcionar durante a semana e houve uma ampliação do sistema de atendimento com a adição de um salão e mesas para atendimento local.”

Funcionamento da empresa

“O restaurante funciona com ênfase em horário de almoço, usando a demanda do horário de pico durante metade da semana, incluindo fins de semana, num ambiente de 50 m².”

Evolução das relações

“A maior diferença foi a ampliação e desenvolvimento das relações já existentes.”

Sucesso como empreendedor

“Com a chegada da pandemia, criou-se uma necessidade de mudar a forma de trabalhar, seja com mudança de dias, horários e práticas para evitar aglomerações e violações de normas sanitárias. Sem essas mudanças necessárias não há como se ter sucesso no contexto atual.”

Regras para o sucesso

“Procurar sempre manter o bom atendimento aos clientes, ter uma regularidade no padrão de qualidade e adequar o preço dos produtos de forma que seja bom tanto para o empreendedor quanto para o cliente.”

Relações externas a empresa

“Procuro sempre ter boas relações com meus fornecedores de matéria prima, muitas vezes ultrapassando a linha do profissional e quando possível, formando parcerias com estes.”

Construção de um legado

“O exemplo de uma execução de trabalho com responsabilidade aliado à bons resultados. O mais importante é deixar esse legado de exemplo para o futuro.”

Aprendizado para o sucesso

“O exemplo de uma execução de trabalho com responsabilidade aliado à bons resultados. O mais importante é deixar esse legado de exemplo para o futuro.”

Construção de um legado

“Adaptação de mercado, visão para desenvolvimento de produtos e práticas dentro da empresa, bem como sua estrutura em si.”

Preparos para o futuro

“Procurando sempre se manter atento ao mercado e em relação a novidades ou mudanças no mercado moderno, seja através de leitura ou de acompanhamento de empresas análoga.”

Comentário extra

“Com o advento da pandemia da COVID-19, o empreendedorismo se tornou uma válvula de escape para milhares de brasileiros que perderam seus empregos e ficaram à mercê da própria sorte, mas muitos por estarem caindo de paraquedas nesse mundo, ainda não sabem como desenvolver suas relações externas e internas, e isso é um elemento primordial para o crescimento de qualquer empresa, que também deve ser aliado a propostas que se adequem à necessidade e ao contexto social do momento. Antes de qualquer medida desesperada, deve se manter a calma e avaliar minuciosamente cada etapa do processo, para se ter um aproveitamento que seja agradável tanto para o empreendedor quanto para seu cliente.”

Relações

“Houve um estreitamento de relações com alguns motoristas de entrega de insumos, o que facilitou nos horários previamente combinados das entregas.”

“Vendedores de insumo que buscam criar redes de negócios com pessoas empenhadas e de bom caráter.”

Aprendizado

“Feedbacks de forma geral, estar atento ao mercado e pesquisa própria para desenvolver novas ideias de produtos ou funcionamento da empresa.”

Relação com os funcionários

“A relação com seus funcionários é essencial de se discutir e desenvolver, pois, uma boa ou má relação pode fazer o seu negócio despencar ou evoluir de forma gradativa na mesma proporção.”

EMPRESA: SISTEPANEL SRL

Empreendedor: Wilber Reyes Moldes

Local: Santa Cruz de la Sierra, Bolívia

Site da empresa: <http://www.sistepanelssl.com/>

Rede Social (Facebook): Sistepanel SRL

Entrevista realizada com Wilber Reyes Moldes



FIGURA 15: Capacete

FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Histórico familiar

“Venho de uma família de empresários em diversas áreas (indústria agropecuária, valor agregado, serviços profissionais, etc.), sou graduado em administração de empresas, sou diretor administrativo na área administrativa financeira da honorável prefeitura municipal de La Paz/Bolívia, Chefe nacional de recursos humanos e administrativo de finanças do Inases, Consultor do observatório de recursos humanos de Bolívia da OMS, Diretor geral do CEIQ (Centro de Especialização em Instrumentos Cirúrgicos e outras áreas técnicas) e Gerente geral do Sistepanel SRL.”

Funcionamento da empresa

“Sendo gerente geral, implica delegar as atividades, mas não responsabilizar sobre cada uma das áreas. ao ser uma organização relativamente pequena, o relacionamento é muito fluido e se aplica em trabalho de equipe muito eficiente.”

Início e desenvolvimento

“Sistepanel srl, surgiu pela necessidade insatisfeita do mercado de construções de alternativas visadas em construção rápidas e com um valor adicionado na pós construção, no nosso caso (rapidez, melhores condições térmicas, acústicas, etc, essas são algumas das vantagens do nosso material panelemmedue). Foi um início com gastos muito elevados e investimentos com retorno muito baixo, dentro dos conhecimentos acadêmicos e experiências, o ramo de construção tem muitas variáveis externas que fazem um ramo muito dinâmico.”

Atividades preferidas

“No início foi difícil com projetos muito interessantes, hoje em dia com mais de 12 anos de experiência, somos com orgulho a única empresa especializada (certificada) no sistema de construção Emmedue.”

Atividades preferidas

“Hoje em dia, contamos com uma lista de clientes bastante ampla e com uma experiência em número que são nossa diferença, mais de 65 mil m² instalados com o sistema construção.”

Regras para o sucesso

“Responsabilidade com o trabalho, pontualidade nas entregas de obras, e cumprimento no que é oferecido ao cliente.”

Aprendizados

“O dia a dia ensina muito, se a pessoa está aberta a seguir aprendendo, cursos na internet, ler e ver tudo que está relacionado à construção.”

CONTEXTUALIZANDO

É notório, que nos dias atuais, o marketing diante a mídia social digital alavanca e ajuda pequenos, médios e grandes negócios. É possível observar, diante das entrevistas, características em comum que geram sucesso mesmo em âmbitos e segmentos distintos: disciplina, empatia ao cliente e estudar seu mercado comercial e financeiro. Junto a isso, identifica-se que existem competências profissionais e emocionais importantes para serem exploradas pelos empreendedores em geral e que são percebidas nos empreendedores entrevistados em questão. Dentre elas, o propósito bem definido, que tem efeito na motivação para com seu negócio, o espírito de liderança, que é essencial para condução de uma equipe, mostrando boas influências e inspirando positivamente.

Também, a aprendizagem, que se relaciona com a capacidade de se aperfeiçoar renovando conhecimento e habilidades, servindo como ferramenta de sucesso para o empreendimento, e a resiliência que caracteriza a maior resistência em situações de desafio, sendo assim, imprescindível para o desenvolvimento profissional.

As empresas em crescimento demonstraram um grande interesse em buscar o aprimoramento dos seus recursos, ouvir seus clientes e pesquisar bem seu mercado visando seus concorrentes e estratégias para sua evolução.

É muito importante ainda que as empresas não sejam monótonas e estejam sempre com novas criações e bem atualizadas no mercado, pois, isso além de prender o seu público fixo, gera engajamento para novos clientes.

Os empreendedores entrevistados também demonstraram suas dificuldades, mas para além disso, detalharam com clareza como assumir e enfrentar os riscos, sendo esse, outro diferencial de um empreendedor bem sucedido. Dessa forma, fica claro, que o espírito de um empreendedor deve ser sempre voltado para o futuro da empresa, explorando ao máximo suas oportunidades com muito dinamismo e eficácia, com um olhar equilibrado entre o realismo e o sonho, para que, suas metas sejam possivelmente alcançadas.



FIGURA 16: Mala

FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.



BUSCA DE OPORTUNIDADES

Ser empreendedor é saber definir projetos e realizá-los. Cada tipo de atividade profissional necessita de aprendizados. A formação universitária no Brasil geralmente orienta os profissionais para a carreira em grandes organizações, fazer concurso para ingressar como funcionário público, desenvolver pesquisa e seguir a carreira de pesquisador ou professor ou abrir um negócio.

Dependendo do caminho selecionado torna-se necessário enfrentar os desafios, sendo um generalista capaz de tomar decisões estratégicas ou gerenciando o dia a dia e escolhendo as pessoas para compartilhar o desenvolvimento de projetos.

Decidir sobre o caminho a seguir é uma decisão importante que implica em estudos, observações e ações. Implica em além da ilusão e exercitar a imaginação criativa desenvolvendo a capacidade interna de sonhar, perceber e pensar com total liberdade ampliando a capacidade externa através do conhecimento das atividades a serem desenvolvidas, das oportunidades de empregos ou dos negócios. Saber observar e ouvir, desenvolver a capacidade de comunicação e elaborar um sistema de avaliação das ideias.

Qualquer que seja o caminho que se escolha trilhar o importante é que essa oportunidade contribua para o florescimento pessoal e do planeta, propiciando emoções positivas, engajamento, interesse, sentido de vida e propósito.

As ideias iniciais, normalmente abstratas e no mundo das ilusões devem evoluir para a possibilidade concreta de tal forma que implique em ocupar um lugar no mercado profissional ou uma oportunidade em um nicho de mercado agregando valor ao consumidor com produtos ou serviços que apresentam vantagens competitivas.



FIGURA 17: Dinheiro

FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Há diferentes formas de empreender, o leque de opções vai da empresa familiar ao trabalho autônomo, das empresas cooperativas ao empreendedorismo social, cada forma requer um tipo de conhecimento.

Para Filion (1999) o comportamento empreendedor faz parte de um processo total que compreende várias dimensões da vida com diferentes escolhas. Adotar um sistema ecológico de vida implica em identificar uma oportunidade colocando o número de chances de sucesso a nosso favor com equilíbrio entre as várias esferas ou dimensões da vida. As dimensões que devem ser consideradas nas nossas escolhas são a transcendental, a intelectual, a física, a familiar, a criativa, a social, a profissional, a empreendedora, a material e a contributiva.

Escolher o caminho para empreender, significa considerar o equilíbrio nas diferentes esferas da vida para evoluirmos de forma sistêmica. Desta forma alguém que dê prioridade à esfera familiar, pretendendo acompanhar o crescimento e educação dos filhos, não deve optar por um sistema de vida que precise viajar a semana toda ou que trabalhe à noite. Outra pessoa que goste de viver ao ar livre, não deve optar por uma oportunidade que implique em ficar em escritório.

Para empreender, deve-se enfrentar os desafios escolhidos, além de dominar os princípios gerais da profissão.

As opções, ou avenidas empreendedoras, dentro e fora das organizações, compreendem e diferentes atividades e aprendizados, conforme pode observado no Quadro 2 - Opções empreendedoras a seguir.

QUADRO 2: Opções empreendedoras

Opções empreendedoras		
Opções	Atividades	Aprendizados
Intraempreendedorismo	Inovação	Visão, relações, sistemas de suporte dentro da empresa.
Empreendedorismo	Inovação	Visão, concepção, projeção
Proprietário/Administrador de PME	Gestão	Gestão nas áreas de marketing, recursos humanos, finanças e operações.
Empresa Familiar	Gestão, Sucessão	Gestão, comunicação e relacionamento interpessoal, sistemas sociais.
Microempresa	Gestão	Gestão operacional
Trabalho Autônomo	Gestão	Gestão de si, de operações, marketing, ecologia pessoal.
Tecnoempreendedorismo	Invenção, Inovação	Visão, gestão, trabalho de equipe, redes. Globalização
Empresas cooperativas e coletivas	Gestão	Trabalho de comunicação de grupo
Empreendedorismo Social	Ação benemérita, sem fins lucrativos	Implicações sociais.

FONTE: adaptado de DOLABELA, F; FILION, L. J. Boa Ideia! E Agora? - Plano de negócios, o caminho mais seguro para criar e gerenciar sua empresa. São Paulo: Cultura, 2000.

A oportunidade de negócios deve responder às necessidades de mercado e também às expectativas do empreendedor. O empreendedor deve ter paixão pelo que faz, entusiasmo e disponibilidade

para aprender para desta forma chegar a conquistar o sucesso. Fillion (1999) propõe um método para identificar oportunidades a partir da pirâmide das necessidades de Maslow. Desta forma as oportunidades de produtos alimentícios, lanchonete, confecções e construção civil atenderiam às necessidades básicas. Serviços de vigilância e segurança às necessidades de segurança, seminários, feiras e suas demandas de organização às necessidades sociais, jóias, automóveis de luxo às necessidades de reconhecimento e computadores e equipamentos da tecnologia de informação as necessidades de realização.

FORMAS DE IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

O SEBRAE indica identificar oportunidade a partir dos seguintes aspectos:

- Identificação de NECESSIDADES
- Observação de DEFICIÊNCIAS
- Derivação de TENDÊNCIAS
- Derivação de OCUPAÇÃO ATUAL
- Procura de OUTRAS APLICAÇÕES
- Exploração de HOBBIES
- Lançamento de MODA
- IMITAÇÃO do sucesso alheio

Áreas de oportunidade

- Crise energética
- Produção de Alimentos
- Substituição de materiais
- Reciclagem de materiais e controle da poluição
- Informática
- Cursos de especialização
- Saúde

Potencialidades de Pernambuco:

- Base científico-técnico
- Serviços especializados

- Atividades de base local
- Turismo
- Agro-indústria
- Indústria
- Recursos naturais

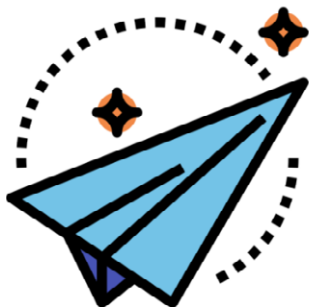


FIGURA 18: Avião de papel

FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Alguns fatores que podem levar o negócio ao insucesso

De acordo com Santos e Pereira (1995), os motivos que efetivamente tem levado muitos empreendimentos novos ao fracasso, podem ser divididos da seguinte maneira: Quanto aos aspectos técnicos do empreendedor: falta de experiência empresarial anterior e de competência gerencial.

Mercado: desconhecimento do mercado e dos produtos ou serviços.

Área técnico-operacional: falta de qualidade nos produtos e serviços; localização errada do imóvel ou do ponto; problemas na relação com os fornecedores e tecnologia de produção obsoleta e ultrapassada.

Finanças: imobilização excessiva do capital em ativos fixos; política equivocada de crédito aos clientes e falta de controles de custos e de gestão financeira.

Área Jurídica/Organizacional: estrutura organizacional inadequada; falta de planejamento e informações gerenciais.

Os aspectos mais relevantes são:

- Falta de objetividade com a nossa ideia
- Falta de identificação com o negócio
- Desconhecimento do mercado
- Erro na estimativa das necessidades financeiras
- Falta do diferencial nos produtos e serviços
- Desconhecimento dos aspectos legais
- Escolha errada dos sócios
- Localização inadequada



FIGURA 19: Insucesso do negócio

FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

Colaboração entre empreendedores e outros

O empreendedor precisa estar atento e investir na colaboração com os sócios, os colaboradores, os investidores, os advogados, os contadores, os bancos, os consultores, as agências de publicidade, os clientes, os Fornecedores e os concorrentes.



FIGURA 20: Sócios

FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

A escolha de sócios deve ter uma atenção especial. O sócio deve ter talento complementar e formação diferente. Os sócios podem discordar e mesmo entrar em conflito sobre o negócio, mas não devem ter conflitos de personalidades e valores diferentes.

Avaliação de Cenários

Conhecer o cenário amplia a percepção dos empreendedores na escolha de oportunidades, neste sentido foram avaliados vários cenários em seminários. Desses aspectos os mais relevantes foram a abordagem do pensamento sistêmico de Fritjof Capra e cenário da COVID (2020), a mudança do cenário mundial com a criação da ONU, e o mundo VUCA e o Mundo BANI.

Pensamento Sistêmico

O pensamento sistêmico introduz o conceito de que um sistema como um todo é mais importante do que as partes que o compõe, contrapondo o pensamento cartesiano mecanicista, independente de que se as partes tenham suas características individuais, o sistema como um todo, é que deve ser a prioridade em uma análise. Tomando o corpo humano como exemplo, cada órgão tem a sua função e é essencial para o funcionamento do corpo, mas um órgão individualmente não é responsável pelo funcionamento do corpo, e nem simplesmente a soma deles, mas sim as interações complexas entre os órgãos que faz com que o corpo humano funcione.

Enquanto o pensamento cartesiano prega uma verdade absoluta, algo é certo ou errado, o pensamento sistêmico diz que a verdade não é absoluta, e que depende do ponto de vista. Além disso, o pensamento cartesiano se preocupa em comprovar tudo através do método científico, quando na verdade, segundo o pensamento sistêmico, as interações entre as partes de um sistema não podem ser quantificadas, elas são qualitativas.

No pensamento sistêmico entendemos que os relacionamentos entre as partes, já que estão interligadas, são mais importantes do que as próprias partes. Então paramos de observar as partes e começamos a observar os relacionamentos entre elas, os relacionamentos são primários e os elementos são secundários, eles são importantes, mas não mais importantes do que as interações entre si.

Na vida do empreendedor, o pensamento sistêmico permite que ele possa considerar vários focos e variáveis referentes ao seu negócio quando for tomar suas decisões, também faz com que o empreendedor não se limite a uma solução para seu problema, mas múltiplas soluções que unidas possam resolver seu problema.

A visão sistêmica foca na simultaneidade de tarefas, onde vários objetivos podem ser atingidos ao mesmo tempo, devido às suas interações um com o outro. Também faz com que o empreendedor amplie sua visão e analise o funcionamento da empresa como um todo, portanto, o pensamento sistêmico visa que os setores podem se ajudar em prol do sucesso da empresa ou projeto como um todo.

Pensando sistemicamente o empreendedor passa a ter uma mudança de paradigma, ele para de olhar para um funcionário individualmente e passa a ver como os setores interagem entre si e como otimizar isso, apresentando certa facilidade em enxergar como desenvolver a empresa, bem como seus problemas, de vários pontos de vista. O Quadro 3 apresenta as principais diferenças entre os pensamentos mecanicista e sistêmico.

QUADRO 3: Diferença entre os pensamentos mecanicista e sistêmico

Pensamento Mecanicista	Pensamento Sistêmico
O problema está nos funcionários	O problema está no processo
Cuidar do próprio serviço	Ajudar a fazer acontecer
Entender o próprio serviço	Saber como o trabalho se encaixa no processo
Medir o desempenho do indivíduo	Medir o desempenho do processo
Mudar a pessoa	Mudar o processo
Sempre buscar alguém melhor	Buscar aperfeiçoar o processo
Quem cometeu o erro?	O permitiu que o erro acontecesse?

FONTE: Adaptado de Harrington,1991- Aperfeiçoando processos empresariais.

O cenário atual

Fritjof Capra, um físico teórico que escreveu a respeito do pensamento sistêmico, comentou ano passado no tocante a crise da

COVID-19 que o mundo está enfrentando, e disse o seguinte “Existem problemas sistêmicos que estão interconectados. Para resolvê-los precisamos pensar sistemicamente. A pandemia só pode ser vencida com medidas de Cooperação”. O cientista definiu a pandemia como uma reação do planeta aos seres humanos, que abusam dos recursos naturais, utilizando-os como se fossem imutáveis, quando na verdade devem ser usados conscientemente e com limites. Segundo Fritjof Capra, dois aspectos foram de suma importância para que a crise chegasse em um estado crítico:

- A Exploração exagerada de recursos naturais e o desmatamento, possibilitou que o vírus que existia harmonicamente na natureza, entrasse em contato com outras espécies.
- A superlotação urbana, devido às desigualdades sociais, promoveu uma rápida propagação do vírus, especialmente em comunidades mais carentes onde não existe ou existe precariamente saneamento básico, e essa crise sanitária nos mais pobres acaba impactando todos os outros indivíduos que formam a sociedade.

Ele também abordou na sua entrevista que “Em tempos normais, os ricos estão relativamente separados dos pobres, vivem em seus bairros, comem em seus restaurantes, tem suas escolas e seus hospitais. O destino dos pobres não os afeta muito. Durante a pandemia, a situação muda dramaticamente, pois o vírus não conhece limites sociais, e o destino dos pobres, não está mais separado do destino dos ricos”. Na visão sistêmica de Capra a pandemia colocou todas as classes sociais em uma situação semelhante, o vírus não conhece limites sociais, infecta tanto pobres quanto ricos. Diante disso, Capra enfatizou que a justiça social é um aspecto importante que impacta na contenção do COVID-19, pois melhorando as condições de vida dos mais pobres, que por vezes vivem aglomerados, sem escolha, em favelas e palafitas, menos pessoas seriam contaminadas e isso impactaria positivamente toda a sociedade. Não adianta ter uma solução individual para uma pequena parcela de indivíduos que compõem a sociedade, e não considerar as interações entre os indivíduos. Esse é um erro grave que remete o pensamento cartesiano mecanicista em detrimento ao pensamento sistêmico.

A mudança do cenário mundial com a criação da ONU

Durante toda nossa existência houve muitas guerras, invasões, conquistas de territórios, terrorismo, torturas e várias outras ações reprimíveis. Com a Segunda Guerra Mundial, uma das maiores guerras da história, onde até hoje e para sempre será falado o impacto do que o nazismo causou, fez-se necessário um “basta”.

A ONU surgiu em 1945 e com ela uma mudança no panorama mundial através da aproximação dos países. Todos os anos acontece uma Assembleia Geral onde representantes das nações se reúnem e discutem sobre temas importantes como o Desenvolvimento Sustentável. Durante a revolução industrial, houve um grande avanço da poluição ambiental. Portanto, é de consenso que o ser humano precisa reduzir os desgastes ambientais. A ONU trabalha nesse aspecto através das ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável), se expandindo para outros temas como a fome, saúde, bem estar, educação, desperdício de água, saneamento, igualdade de gênero, energia e demais temas.

Existem certas agências da ONU presentes no Brasil, uma das mais famosas é a UNESCO, essa organização tem como objetivo a manutenção do patrimônio cultural e a busca pelo avanço da educação e da ciência. Diante dessa busca, a ONU tem seus devidos méritos por estar sempre buscando o melhor para empreendedores no planeta. Um dos exemplos é o projeto da Empretec. A Empretec é um projeto que visa ajudar empreendedores ensinando métodos de gestão e desenvolvimento da capacidade empreendedora. Essa ideia surgiu de uma entrevista da ONU com empreendedores enraizados no mercado buscando saber os seus ideais, suas estratégias e o que fizeram para alcançar o sucesso. A Empretec é um modo de passar esse conhecimento para quem tem interesse.

Diante disso, a ONU é uma organização que tem extrema importância no cenário do mundo hoje, buscando principalmente a paz mundial, a diminuição da fome e o desenvolvimento sustentável. Além disso, ela tem papel importante no empreendedorismo ao incentivar jovens a seguirem esse rumo.

Mundo Vuca vs Mundo Bani

Em uma análise de cenário do período pós guerra fria, globalização digital e interconexão em acessão, a visão do “Mundo Vuca”

surgiu no final da década de 80 para explicar o momento histórico que vivíamos enquanto sociedade, de forma a ter consciência do cenário e desenvolver planejamentos estratégicos para lidar com a realidade. Com o anacrônimo das palavras “Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity” a visão representa as características do cenário em que emergiu, podendo ser interpretado como dificuldades para as organizações ou como tomada para busca de novas oportunidades.

Inicialmente, a volatilidade surge da velocidade das mudanças no mundo, sejam mudanças comportamentais na sociedade ou em ações econômicas, o mercado empresarial, por exemplo, se modifica a cada instante, necessitando de novas demandas e com novos déficits, e por isso é cobrado um mindset ágil para contornar os imprevistos e uma base estratégica forte para as negociações. A incerteza surge da volatilidade, as possibilidades entre o tudo e o nada podem ocorrer a qualquer momento. Não há como ter previsões fielmente certas em um sistema caótico, ainda que com dados válidos, as previsões são passíveis de erros por não detectarem as mudanças.

A próxima característica da visão é a complexidade, definição que enxerga a conectividade global, seja econômica, política ou social, e ao mesmo tempo uma interdependência de muitos fatores, criando uma “teia” extremamente complexa. Por fim, a ambiguidade representa a falta de clareza das situações que surgem no cenário e uma relação direta entre os pontos prévios. Dessa forma, o termo VUCA moldou e orientou as decisões corporativas e governamentais no final do século 20 e início do século 21 mundo afora, suprimindo a necessidade de criar perspectivas para um futuro indefinido.

Com o passar das décadas, pesquisadores e futurologistas analisam que a visão de Mundo Vuca tenha se tornado obsoleta, e não contemple mais para uma consciência da análise do cenário atual. Nessa direção, em 2020, Jamais Cascio, antropólogo, historiador e futurologista, discutiu amplamente o período atual em seu artigo “Facing the Age of Chaos” um novo acrônimo mais representativo, que abordam os multicenários de instabilidade política, desastres climáticos e uma nova pandemia, esta visão seria o Mundo Bani. A estrutura dessa visão traz uma nova linguagem que considera ilustrar o crescente caos em curso e suas consequências contínuas, mas também possuir ferramentas para entender e contornar com respostas mais assertivas.

O artigo apresentou o novo acrônimo “Brittle, Anxious, Nonlinear and Incomprehensible” substituindo o do Mundo Vuca. Se no mundo

VUCA o cenário era de Volatilidade, no Mundo BANI a análise identifica como uma estrutura de fragilidade e quebradiça, e uma suscetibilidade a falhas súbitas e catastróficas de coisas que aparentemente, ou inicialmente, parecem confiáveis, flexíveis e inquebráveis. Logo, “[...] no mundo atual geopolítico, econômico e tecnologicamente interconectado, um colapso catastrófico em um país pode causar um efeito cascata em todo o planeta”, diz Jamais Cascio em seu artigo. Os sistemas críticos estão essencialmente interligados e não possuem sistemas à prova de falhas. No mundo atual, se um componente falhar, o resultado pode muito bem ser uma série de sistemas falhando e caindo como dominós, um após o outro, o que o configura como potencialmente frágil. Uma vez que os sistemas atuais correm com riscos de falhas, deve-se considerar a probabilidade de ruir organizações, mercados e até sociedades.

Em um mundo intensamente conectado é perceptível que a sociedades tornou-se ansiosa, e a mídia e as redes sociais são agentes influenciadores dessa consequência. Além disso, os dados captados pelos algoritmos dessas plataformas têm sido responsabilizados como o causador de extremismos sociais e políticos.

No entanto, ao se mover geralmente em um ambiente moldado pela ansiedade, o objetivo é aprender a lidar com essas circunstâncias de maneira produtiva. Tomando consciência desse fator, pode-se deduzir respostas potenciais de melhoria. Dando continuidade, Jamais Cascio verificou que “Em um mundo não linear, causa e efeito são aparentemente desconectados ou desproporcionais.” A não linearidade é onipresente nos sistemas biológicos, a pandemia do COVID-19 é um dos exemplos de vivência da não linearidade, onde o aumento de casos e o colapso do sistema de saúde vem se configurando numa escala exponencial crescente em vários países.

Por fim, a incompreensibilidade é a sobrecarga final de todas essas informações, é como os sistemas aparentemente quebradiços e falhos ainda funcionam, parecendo ser algo intrínseco ao sistema. O modo como algoritmos de softwares conseguem influenciar a partir de dados do perfil a atitudes racistas e sexistas em seus usuários. E além disso tudo, apesar de a humanidade estar atualmente em um mundo com acesso e excesso de informação, vive constantemente procurando respostas. Contudo, essa incompreensão não é permanente, ela é na verdade temporária, e a visão de Mundo Bani se encaixa como uma lente para enxergar toda a estrutura caótica e a partir disso desenvolver adaptações e respostas nos multicenários.



EMPREENDEDORISMO FEMININO

INTRODUÇÃO

Segundo Dolabela (1999), o depoimento de empreendedores é muito importante para os cursos de empreendedorismo, pois possibilita a oportunidade de conhecer os caminhos percorridos por aqueles que obtiveram sucesso e também vivenciaram momentos de fracasso.

Esses depoimentos enriquecem a visão dos alunos quanto ao perfil empreendedor, desenvolvimento da ideia de um negócio, formação da visão, missão e valores, como ocorreu a concepção de produtos, a relação com os clientes, abordagem do mercado e elaboração do plano de negócios.

Constituíram pontos relevantes, também o relato da transformação da vida pessoal com a incerteza dos rendimentos principalmente neste período de pandemia e como ocorreram as relações de interdependência com o ambiente interno e externo.

O depoimento de Chiara Rego Barros tornou-se relevante por apresentar a experiência de uma aluna egressa do curso de engenharia química da UFPE. O fato de ser mulher, engenheira e atuar na área de negócios de cerveja foi outro ponto bastante explorado.

Segundo Haguette (1987), no relato da vida o que interessa é o ponto de vista do sujeito, a história contada por quem a vivenciou.

Desta forma esse depoimento possibilitou o aprendizado e a compreensão da vivência de uma mulher empreendedora, sua visão de mundo, seus medos e principalmente como reagiu às pressões e constrangimentos ao escolher um caminho tão desafiante para uma mulher nordestina contribuindo para a inspiração da escolha do caminho empreendedor.

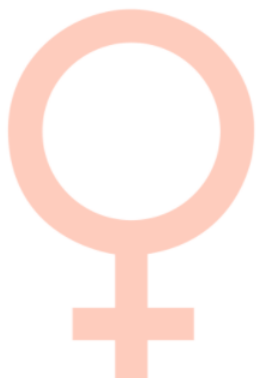


FIGURA 21: Símbolo feminino
FONTE: Thalya Colaço via Canva.com.

EMPREENDEADORISMO COM PROPÓSITO

Um propósito traz sentido e forças para mudanças

Quem nunca pensou em ter um emprego estável, uma carreira de sucesso e acreditou que seria o suficiente? A maioria das pessoas pensa assim.

De um lado, Chiara Rêgo Barros, Engenheira Química e Cervejeira Profissional. Com diversas qualificações, já trabalhava há 11 anos em multinacionais do ramo de bebidas e bem-sucedida na Indústria Cervejeira. Do outro lado, Patrícia Sanches, Enfermeira, Mestre em Biologia Parasitária, também Cervejeira Profissional. Tinha uma carreira de sucesso e consolidada na área de Saúde.

Duas profissionais reconhecidas em suas áreas, apaixonadas pelo trabalho, mas com o passar do tempo perceberam que faltava algo. Existia um sentimento de que precisavam de algo maior, de um propósito!

No início do mercado cervejeiro, em amplo crescimento no Nordeste, era quase inexistente a presença de mulheres no mercado, assim como os cursos de especialização eram escassos e caros, uma vez que eram necessários deslocamentos para outras regiões. A inquietação continuava, precisavam tornar o conhecimento mais democrático e acessível, mulheres precisavam se sentir representadas e acolhidas para que pudessem desenvolver suas carreiras, a cultura cervejeira precisava se instalar no Nordeste. Esse era o propósito: fazer com que o conhecimento cervejeiro gerasse oportunidades.

Construindo uma comunidade

Foi assim que em abril de 2017 surgiu o Instituto Ceres de Educação e Consultoria Cervejeira, uma organização focada no estudo e disseminação das técnicas e cultura cervejeira. Um sonho de trazer a educação cervejeira para o Nordeste do país.

Planejamento, análise do mercado, análise dos concorrentes, tudo para entender como seria o negócio. A identidade do Ceres! A origem do nome diz muito sobre o DNA dessa instituição criada por mulheres. Ceres é considerada a Deusa da Agricultura e dos grãos, da fertilidade, do crescimento e do desenvolvimento. A partir de Ceres, surgiu o termo *Cerevisiae*, que significa “aos olhos de Ceres”. Traduzindo *Cerevisiae* do latim, Cerveja! Não haveria nome mais adequado.

Foi um longo trabalho. Identidade visual, construção de uma marca que queria criar laços. Que comunidade seria criada? Qual o foco?

Existia um propósito e a partir dele, foram construídas a VISÃO, a MISSÃO e os VALORES.

VISÃO – Ser uma Instituição de Ensino e Consultoria Cervejeira reconhecida no Brasil por seus valores, como uma empresa que contribui na construção de um mercado cervejeiro com mais conhecimento e equidade.

MISSÃO – Contribuir na construção do conhecimento cervejeiro através de cursos, treinamentos e conteúdo de maneira inclusiva; Fomentar a pesquisa e desenvolvimento na área de cervejas; Oferecer serviços de consultoria a fim de promover a gestão da qualidade e a produção de uma bebida segura, a gestão de custos e a produtividade nas microcervejarias.

VALORES – pautados no respeito, ética e acolhimento.

Respeito: reconhecemos e valorizamos as pessoas e seus direitos. Respeitamos as opiniões, mesmo que sejam contrárias às nossas. Os diferentes pensamentos nos fazem pensar e crescer. Respeitamos as mais diversas crenças, etnias, identidades de gênero, classe social, religião, pessoas com necessidade especiais, profissionais e produtos. Respeitamos as diferenças e a diversidade.

Ética: uma reunião dos nossos valores aplicados nas nossas relações de trabalho, aos demais profissionais, estudantes, colaboradores, superiores, clientes, fornecedores, cervejarias, produtos;. Contribuímos para o fortalecimento da imagem do setor na sociedade. Disseminamos boas práticas para o consumo da bebida com responsabilidade.

Acolhimento: esse é um dos nossos valores mais importantes. Somos uma escola que abraça a todas e a todos. “De perto ou de longe, queremos despertar a paixão pela cerveja e manter o coração dos alunos quentinhos.”

Admirável mundo novo

O Instituto Ceres vinha crescendo, ajudando a construir um mercado cervejeiro mais forte e consistente, consultorias e cursos consolidados, tornava-se uma instituição conhecida e impactava vidas positivamente quando veio a pandemia e a necessidade de reinvenção.

As consultorias já tinham uma abrangência nacional, mas surgia a necessidade de expandir os cursos para uma plataforma digital. Havia uma preocupação de manter tudo que trouxe a instituição até o patamar da ocasião: **os valores e o propósito!** Um desses valores é o acolhimento. O desejo era de despertar a paixão pela cerveja e manter o coração dos alunos quentinhos mesmo que à distância. Muito estudo, muitas reuniões e muito planejamento. Definição dos cursos, planos de aula, estratégias e mil estratégias.

Empreendedor precisa de resiliência. As produções continuaram, cada uma na sua casa, até existir segurança para retomar as atividades sem colocar ninguém em risco.

Muita coisa mudou. A abordagem, a comunicação, tudo para atender esse novo momento sem perder a essência da Instituição.

O Instituto hoje conta com cursos online ampliando o alcance, consultorias e faz parte de um projeto colaborativo com a maior indústria cervejeira do mundo. Além disso, sistematizou projeto de bolsas de estudo para pessoas em situação de vulnerabilidade

socioeconômica e conta com um projeto, ainda embrionário, de mentoria gratuita para incentivo ao empoderamento e empreendedorismo feminino.

Mesmo com todas essas mudanças, a experiência da marca “Instituto Ceres” precisava ser a mesma, com o aluno off-line ou online. Portanto foi feito um trabalho ainda maior de compreensão das necessidades dos alunos-alvo de cada curso para que a experiência da marca produzisse a percepção desejada.

O desafio maior veio em formato de pergunta: “como acolher os alunos de forma remota da mesma maneira que lidávamos com o ensino presencial?” Humanização da experiência online era uma saída e a comunicação precisava apoiar essa meta.

No online, cada ponto de contato da comunicação é considerado uma experiência de marca. A robustez da marca anterior já não conversava com as novas estratégias dinâmicas da experiência remota. Então, foram repensadas fontes, cores, ícones, comunicação, onipresença nas mídias. Foi criada uma marca subsidiária que atendesse esses anseios e conversasse com a nova comunicação multimídias, nasce então a “CERES.ead”.

Dessa forma, comunicaríamos o “produto” cerveja com o nome “Ceres” e passaríamos a mensagem que sim, estávamos no ensino remoto utilizando de ferramentas tecnológicas de aprendizagem para fins de educação cervejeira. Assim, enfim, o nome seria um mensageiro completo.

Recomeços

O propósito! Esse, sem sombra de dúvidas, foi o maior guia do Instituto Ceres. Durante essa curta jornada houve muitas mudanças, algumas partes da estratégia inicial e outras não. Recomeços.

Ter um propósito que fazia todo sentido para as sócias, fez toda diferença. Transformar vidas através da educação e ajudar a construir um mercado cervejeiro mais forte e com equidade tem sido o maior combustível. Estar abertas para as mudanças que ainda possam acontecer e a disposição de assumir riscos, calculados sim, mas sem medo de aproveitar as oportunidades. Que venham novos recomeços.



REFERÊNCIAS

- ADAMS, Robert; SPINELLI; Stephen Jr. **New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century**. 9. ed. Chicago: McGraw-Hill, 2011.
- CASCIO, Jamais. **Facing the Age of Chaos**. Medium, 29 de abril de 2020. Disponível em: <<https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d>>. Acesso em: 21 maio 2021.
- DEGEN, R. **O Empreendedor: Fundamentos da iniciativa empresarial**. 8. ed. São Paulo: Mc Graw Hill, 1989.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Sextante, 2008.
- DOLABELA, F; FILION, L. J. **Boa Ideia! E Agora?** - Plano de negócios, o caminho mais seguro para criar e gerenciar sua empresa. São Paulo: Cultura, 2000.
- DORNELAS, Jose Carlos de Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 7. ed. Rio de Janeiro: Empreende, 2018.
- DRUKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e Princípios**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

- FILION, L. J. **Empreendedorismo e Gerenciamento**: processos distintos, porém complementares. São Paulo: RAE Light, v.7, n. 3, 2000.
- FILION, L. J. **O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial**: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações". São Paulo: Revista de Administração de Empresas, FGV, 1991, pp. 31(3): 63- 71.
- HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias Qualitativas na Sociologia**.4. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.
- LEITE, Emanuel. **O Fenômeno do Empreendedorismo**: Criando riquezas. Recife: Bagaço, 2000.
- LEE, Stan; MAIR, George. **Excelsior! The Amazing Life of Stan Lee**. Boxtree Hardbacks, 2002.
- MANCUSO, Joseph. **A Diagnostic Test for Entrepreneurs**. Worcester, Mass: Center for Entrepreneurial Management, 1979.
- MANFRIM, Luiz. **Mundo BANI versus Mundo VUCA**. Jornal de Brasília, 10 de jan de 2021. Disponível em: < <https://jornaldebrasilia.com.br/blogs-e-colunas/professor-m/mundo-bani-versus-mundo-vuca/>>. Acesso em: 21 maio 2021.
- MCCLELLAND, D. C. Characteristics of Successful Entrepreneurs. **The Journal of Creative Behavior**, v. 21, n.3. p. 219-233, 1987.
- PEREIRA, H. J; SANTOS, Silvio Aparecido dos. **Criando seu próprio negócio**: como desenvolver o potencial empreendedor. Brasília: SEBRAE, 1995.
- PINCHOT III, Gifford. **Intrapreneuring**: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor. São Paulo: Editora Harbra, 1989.
- SCHUMPETER, J. **Capitalism, Socialism, and Democracy**. New York: Harper and Row, 1942.
- SEBRAE, 1999. Disponível em: <www.sebrae.com.br>. Acesso em: 21 maio 2021.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. **Laboratório de ensino à distância**. Formação empreendedora na educação profissional: capacitação a distância de professores para o empreendedorismo/ Luiz Fernando Garcia. Florianópolis: LED, 2000.
- WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Pioneira, 1996.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. 2. ed.
Porto Alegre: Bookman, 2001.

CONSULTAS A SITES

Site: www.sebrae.com.br

Instituto Ceres

<https://www.linkedin.com/in/chiara-r%C3%AAgo-barros-794a9446/>

<https://www.linkedin.com/in/patr%C3%ADcia-sanches-8981311a8/>

Lee, Stan

<https://www.imdb.com/name/nm0498278/bio>

Documentário: Marvel 75 yearsfromPulptoPop

Material da ONU

<https://news.un.org/pt/events/unga74>

<https://news.un.org/pt/story/2020/07/1718942>

MUNDO VUCA

<https://www.ieepeducacao.com.br/mundo-vuca/>

<https://jornaldebrasil.com.br/blogs-e-colunas/professor-m/mundo-bani-versus-mundo-vuca/>

<https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d>



SOBRE OS AUTORES

Professoras Autoras e Organizadoras

Íris Eucaris de Vasconcelos

Yêda Medeiros Bastos de Almeida

Discentes Co-autores

Ana Beatriz Lima Martiniano de Oliveira

Eduarda de Lima Pedroza

Fábio Matheus Spindola da Cunha

Maria Gabriella Oliveira de Sousa,

Mariana Monteiro do Nascimento

Talita Emanuely Henrique Leão

Thalya Colaço do Nascimento

William Ottoni Barbosa de Azevedo

Empresárias Egressas da UFPE Co-autoras

Chiara Rêgo Barros

Patrícia Pereira Picelli Sanches

Título	Empreendedorismo na área tecnológica: experiências em tempos de desafios
Organização	Íris Eucaris de Vasconcelos Yêda Medeiros Bastos de Almeida
Formato	<i>E-book</i> (PDF)
Tipografia	Open Sans
Desenvolvimento	Editora UFPE



Rua Acadêmico Hélio Ramos, 20 | Várzea, Recife-PE
CEP: 50740-530 | Fone: (81) 2126.8397
E-mail: editora@ufpe.br | *Site:* www.editora.ufpe.br



PROGRAD
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO