

ANÁLISE DE PERFIL: AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS E OS TIPOS DE EMPREENDEDOR VERIFICADOS NO GESTOR DA CB DISTRIBUIÇÃO

Gustavo José de Oliveira¹

Cassio Raimundo Valdisser²

RESUMO:

Este artigo apresenta um levantamento (*survey*) realizado na empresa CB Distribuição, localizada em Abadia dos Dourados – MG, sobre a análise do perfil empreendedor do gestor. O objetivo principal desta pesquisa foi analisar o perfil do proprietário de uma empresa de distribuição, visando reconhecer as características e tipos de empreendedor que ele possui. Os objetivos secundários foram investigar o que motivou o proprietário a abrir seu negócio; pesquisar quais as práticas de negócios que mantém a empresa no mercado; apresentar as características empreendedoras e estabelecer correlação com as características do proprietário e identificar qual(is) tipo(s) de empreendedor que podem ser reconhecidos no proprietário da empresa de distribuição. Foi realizada pesquisa exploratória e um levantamento bibliográfico. Como coleta de dados foi realizada uma entrevista que adotou o levantamento (*survey*) e o método de análise de conteúdo para interpretação dos dados coletados. Observando então, os resultados obtidos por meio da entrevista, percebe-se que o gestor da organização possui as características de um empreendedor, que variam de acordo com seu comportamento e se enquadra nos tipos de empreendedores herdeiro e nato, que depende da forma com que abriu seu negócio e das práticas que utiliza para se manter no mercado.

PALAVRAS-CHAVE: 1) Empreendedor; 2) Características e tipologia; 3) Distribuição.

ABSTRACT:

This article presents a survey conducted at CB Distribution, located in Abadia dos Dourados - MG, on the analysis of the entrepreneur profile of the manager. The main objective of this research was to analyze the profile of the owner of a distribution company, in order to recognize the characteristics and types of entrepreneur that he possesses. The objectives were to investigate what motivated the owner to open his business; research which business practices a company maintains in the market; present the entrepreneurial characteristics and engage with the characteristics of the owner and identify the type (s) of entrepreneur who will be the owner of the distribution company. In the same way the exploratory research and a bibliographic survey. As a data survey was a publication that adopted, the survey and the method of data

¹ Graduando em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Contato: gustavojozeoliveira98@gmail.com.

² Professor orientador. Bacharel em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Possui especialização em Administração e Gestão Pública e MBA em Controladoria e Finanças. Mestre em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia – UFU. Contato: crvaldisser@yahoo.com.br.

analysis for the interpretation of the data collected. Observing the results obtained through the interview show that the manager of the organization has the characteristics of an entrepreneur, which varies according to his behavior and fits into the types of heir and natural entrepreneurs, depending on the way in which opened its business and the practices it uses to stay in the market.

KEY-WORDS: 1) Entrepreneur; 2) Characteristics and typology; 3) Distribution.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, o tema empreendedorismo nunca foi tão abordado e estimulado quanto nos últimos anos. Os resultados da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2013 *apud* NOGAMI; MEDEIROS; FAIA, 2014, p. 31) apontam que as principais características da atividade empreendedora no Brasil são:

Altas e constantes taxas de empreendedorismo em relação aos outros países pesquisados; o governo brasileiro, ao mesmo tempo em que apoia atividade com políticas públicas, dificulta o empreendedorismo com entraves tributários; e apesar de apresentar altas taxas de empreendedorismo, a atividade no Brasil se caracteriza por ter baixo índice de inovação (GEM, 2013 *apud* NOGAMI; MEDEIROS; FAIA, 2014, p. 31).

Sobre o empreendedorismo no Brasil, Nogami, Medeiros e Faia (2014) concluíram após pesquisa que:

Quanto à evolução da atividade empreendedora brasileira de 2010 a 2013 é possível concluir que há um comportamento constante da atividade, onde o Brasil permanece sempre entre os primeiros colocados no ranking. Em todos os anos, o Brasil obteve uma *Total Entrepreneurial Activity* (TEA) superior à média de todos os países participantes da pesquisa GEM (NOGAMI; MEDEIROS; FAIA, 2014, p. 64).

Conforme Freitas e Manhães (2016, p. 2) “diante das dificuldades em conseguir um emprego e serem inseridas no mercado, as pessoas tem procurado no empreendedorismo a solução para suas dificuldades financeiras e descobrem uma habilidade para negócios até então desconhecida”.

O empreendedorismo é fundamental para a economia de um país. A criação ou desenvolvimento de novas organizações gera mais empregos, aumento da renda e um crescimento na economia de um país (CARVALHO, 2013).

“A preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são, motivos para a popularidade do termo, que se tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe” (DORNELAS, 2005, p. 17).

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2014):

Os pequenos negócios respondem por mais de $\frac{1}{4}$ do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, no qual, as 9 milhões de micro e pequenas empresas, em média, no país, representam 27% do PIB, um resultado crescente nos últimos anos (SEBRAE, 2014, p. 2). A produção gerada por estas micro e pequenas empresas aumentou quatro vezes em dez anos, saltando de R\$144 bilhões em 2001 para R\$599 bilhões em 2011. Sabe-se que durante o século 21, certamente, as micro e pequenas empresas constituíram-se como um grande alicerce e alavanca para a economia do país. Os pequenos empreendedores, além de movimentaram a economia do país, fomentaram a criação de novos empregos, alcançando praticamente 40% da massa salarial paga pelos empresários (SEBRAE, 2014, p. 2).

“No Brasil, assim como na maior parte dos países, o pequeno negócio desempenha papel relevante na economia. É neste segmento empresarial que há maior geração de emprego, e com um representativo número em termos de empreendimento aberto” (MARIANO; MAYER, 2014, p. 80).

O empreendedorismo é uma forma de buscar desenvolver o potencial das pessoas em qualquer área, sendo movido pela autorrealização, pelo desejo de assumir responsabilidades e ser independente (DAL`BÓ, 2008).

Desta forma, este artigo apresenta os resultados de um levantamento (*survey*) realizado na CB Distribuição de Abadia dos Dourados, sobre a análise do perfil empreendedor do gestor.

Neste sentido, esta pesquisa pretende responder à seguinte problemática: Quais são as características e tipos de empreendedor que podem ser identificados no proprietário de uma empresa de distribuição?

O objetivo principal dessa pesquisa é analisar o perfil do proprietário de uma empresa de distribuição, visando reconhecer as características e tipos de empreendedor que ele possui.

Assim, têm-se os seguintes objetivos secundários:

- Investigar o que motivou o proprietário a abrir seu negócio;
- Pesquisar quais as práticas de negócios que mantém a empresa no mercado;
- Apresentar as características empreendedoras e estabelecer correlação com as características do proprietário.

- Identificar qual(is) tipo(s) de empreendedor que podem ser reconhecidos no proprietário da empresa de distribuição.

Para o alcance dos objetivos do estudo será realizada pesquisa exploratória, haja vista que esta proporciona maior familiaridade com o problema de pesquisa e, será realizado ainda levantamento bibliográfico. Como método de coleta de dados será realizada uma entrevista junto ao proprietário da CB Distribuição, a fim de analisar o tema tratado.

As limitações do método podem relacionar-se à desmotivação do entrevistado, obtenção de resultados incertos (consciente ou inconscientemente), interferência do entrevistador nas respostas, técnica que consome muito tempo e exige análise do conteúdo.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: a seção 1 apresenta o tema, sua importância, objetivos e o método de pesquisa utilizado; já a seção 2 apresenta o referencial teórico incluindo os principais conceitos utilizados na análise dos resultados; a seção 3 apresenta os aspectos metodológicos utilizados; na seção 4 são ilustrados os resultados encontrados, incluindo o atendimento aos objetivos propostos; por fim, a seção 5 traz as considerações finais sobre o trabalho, incluindo sugestões e recomendações à organização pesquisada e à Academia.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção apresenta as informações que deram suporte às argumentações, informações e conceitos apresentados neste artigo.

2.1 Empreendedorismo

É comum o conceito de empreendedorismo ser definido como a criação de uma nova empresa ou de um novo negócio próprio. Todavia, apenas esta definição não basta para explicar o que é este fenômeno. “Tanto o empreendedor quanto o próprio empreendedorismo foram caracterizados ao longo do tempo de várias maneiras e por diversos estudiosos” (FRANCO; GOUVÊA, 2016, p. 145).

Baseados nesses estudiosos serão apresentados conceitos fundamentais que irão embasar o estudo.

Segundo Brito, Pereira e Linard (2013, p. 17) “a origem do termo empreendedorismo não é precisa, no entanto, constata-se que desde os primórdios da humanidade existem pessoas

que se destacam, inovando suas atividades ou produtos. A essas práticas inovadoras dá-se o nome de empreendedorismo”.

“O empreendedorismo tem sido investigado e descrito não mais como uma forma de saber, mas sim como uma forma de ser” (SCHAEFER; MINELLO, 2017, p. 517).

Assim, no Quadro 1 são apresentadas algumas definições de empreendedorismo.

Quadro 1 – Resumo sobre as definições de empreendedorismo

Autor/Ano	Definição
Cole (1968) <i>apud</i> Kaufman e Dant (1998, p. 8).	Empreendedorismo é a atividade proposta de iniciar, manter e desenvolver um negócio voltado ao lucro.
Gartner (1985) <i>apud</i> Kaufman e Dant (1998, p. 8).	Empreendedorismo é a criação de novas organizações.
Amit; Glostein e Muller (1993) <i>apud</i> Kaufman e Dant (1998, p. 8).	Empreendedorismo é o processo de extrair lucros de uma combinação nova, única e valiosa combinação de recursos em um ambiente incerto e ambíguo.
Filion (1999, p. 21).	O empreendedorismo foi identificado pelos economistas, em um primeiro momento, como um elemento útil à compreensão do desenvolvimento. Subsequentemente, os comportamentalistas tentaram entender o empreendedor como pessoa.
Dornelas (2005, p. 39).	Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.
Lohn (2010, p. 27).	O empreendedorismo trata de uma área muito importante na administração, área responsável por criar e inovar, seja com ideias, produtos, serviços. Atualmente, constitui uma das ferramentas mais trabalhadas no mercado, o ato de criar projetos e inovar. O empreendedorismo descreve comportamentos que estão envolvidos com o traço de um indivíduo.
Chiavenato (2012, p. 17).	Empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo risco e responsabilidade e inovando continuamente.
Baggio e Baggio (2014, p. 24).	O empreendedorismo traduz-se num conjunto de práticas capazes de garantir a geração de riqueza e uma melhor performance àquelas sociedades que o apoiam e o praticam.
Figueira e Carvalho (2015, p. 8).	A atividade empreendedora é um dos principais fatores de mudanças econômicas, sociais e tecnológicas no mundo, e vem crescendo esporadicamente nos últimos anos. O empreendedorismo é um fenômeno que pode ocorrer em qualquer esfera (pública ou privada) ou instituição.
Costa e Furtado (2016, p. 28).	O empreendedorismo é fundamental para o bom funcionamento da economia como um todo; o empreendedor de sucesso gera emprego, renda, movimentando o processo de mercado.

(continua)

(continuação)

Picanço e Periotto (2017, p. 7).	Empreendedorismo é a disposição para identificar problemas e oportunidades e investir recursos e competências na criação de um negócio, projeto ou movimento que seja capaz de alavancar mudanças e gerar um impacto positivo.
Sanches <i>et al.</i> (2018, p. 5).	Empreendedorismo pode ser entendido como o estudo relacionado aos empreendedores e seu comportamento.

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

De acordo com os autores citados no Quadro 1 o empreendedorismo busca a criação ou desenvolvimento de um novo negócio, despertando nas pessoas o desejo de serem diferentes, inovadoras, geradoras de emprego e que movimentam a economia do País.

2.2 Perfil empreendedor

Para Brito, Pereira e Linard (2013, p. 15) “um empreendedor é capaz de conceder a algo já existente uma nova funcionalidade. Constantemente empenha-se em descobrir oportunidades para inovar, sem medo de assumir riscos”.

Segundo Schaefer e Minello (2017, p. 517) “o indivíduo empreendedor é um sujeito que tem uma mentalidade empreendedora, a qual se manifesta em um comportamento ou ação empreendedora”.

De acordo Freitas e Manhães (2016),

O perfil empreendedor não faz parte somente de pessoas que fundam empresas ou instituições, o mesmo pode ser identificado em pessoas que prestam serviços ou fabricam produtos para as empresas onde trabalham, com ações e/ou pensamento inovador, melhorando um serviço ou buscando solução para um problema, e até mesmo mobilizando equipes (FREITAS; MANHÃES, 2016, p. 7).

Portanto, pode-se concluir que o sucesso empreendedor é baseado num conjunto de variáveis comportamentais e ações do indivíduo. Estes conjuntos podem variar de lugar para lugar e a identificação do perfil do empreendedor é feita para que se possa aprender a agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas (SIMÕES, 2008).

2.2.1 Características do empreendedor

Algumas características são essenciais no comportamento do empreendedor, pois são necessárias para se assumir um empreendimento.

Para Bonetto (2017, p. 3) essas características são: buscar oportunidades e tomar a iniciativa, correr riscos calculados, exigir qualidade e eficiência, ser persistente, ser comprometido, buscar informações, estabelecer metas, ter planejamento e monitoramento sistemático, ter persuasão e rede de contatos, ser independente e autoconfiante.

Chiavenato (2012, p. 18) faz uma colocação sobre o espírito empreendedor que diz: “envolve emoção, paixão, impulso, inovação, risco e intuição”.

Dornelas (2005, p. 33-34) procura enumerar algumas características dos empreendedores bem-sucedidos, como:

Visionários, bons tomadores de decisões, dedicados, líderes, assumem riscos e desafios, bons exploradores das oportunidades, determinados e dinâmicos, criam boas relações, criam valores para a sociedade e são bons planejadores. Isso os leva a construírem uma boa rede de contatos com clientes, fornecedores e entidades de classe, gerarem oportunidades de emprego, a serem criativos e inovadores na busca por novas soluções para a melhoria da qualidade de vida das pessoas (DORNELAS, 2005, p. 33-34).

É relevante conhecer as características do empreendedor e saber que “além do encontro da oportunidade com capacidade de realização, o grande desafio de controlar a ansiedade no desenvolvimento do negócio e a necessidade de um planejamento ainda que não se adote plano de negócios” (OLIVEIRA; CAMPOS, 2016, p. 13).

No Quadro 2 são abordadas as principais características relativas ao perfil empreendedor.

Quadro 2 – Características do empreendedor

Buscar oportunidades e tomar a iniciativa	O empreendedor faz o que deve ser feito antes de ser solicitado ou forçado, age para expandir o negócio, aproveita as oportunidades novas para começar um negócio.
Correr riscos calculados	Avalia as alternativas, age para controlar os resultados, toma riscos moderados.
Exigir qualidade e eficiência	Age de maneira a realizar ações, desenvolve procedimentos para assegurar que o trabalho seja executado a tempo e que atenda aos padrões de qualidade.
Ser persistente	O empreendedor age diante de um obstáculo significativo, assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos.
Ser comprometido	Faz sacrifício pessoal para completar as metas que foram determinadas, se esmera em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do curto prazo.
Buscar informações	Está sempre buscando novos métodos e novas informações para aprimorar o serviço.

(continua)

(continuação)

Estabelecer metas	O empreendedor estabelece metas e objetivos que são desafiantes.
Ter planejamento e monitoramento sistemático	Planeja dividindo tarefas de grande porte em sub-tarefas com prazos definidos, constantemente revisa seus planos levando em conta os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais, utiliza registros financeiros para tomar decisões.
Ter persuasão e rede de contatos	O empreendedor utiliza estratégias para influenciar ou persuadir pessoas. Trabalha com pessoas-chave, age para desenvolver e manter relações comerciais.
Ser Independente e Autoconfiante	O empreendedor busca autonomia em relação a normas e controles de terceiros, mantém seu ponto de vista, expressa confiança na sua própria capacidade de enfrentar um desafio.

Fonte: Silva (2014).

Segundo Silva (2014, p. 12-13) para ter perfil empreendedor, a pessoa precisa ter essas características principais, conforme Quadro 2, podendo ser relativas à realização, relativas ao planejamento ou relativas ao poder.

2.2.2 Tipos de empreendedores

Os tipos de empreendedores são diferentes, passando pelos motivos que os levam a empreender, até ao conjunto de competências e as técnicas de trabalho.

Para Baggio e Baggio (2014, p. 29) “Não existe uma unanimidade entre os autores quanto aos tipos de empreendedores”.

Dessa forma, no Quadro 3 são apresentados os tipos de empreendedores mais comuns e mais citados pelos autores.

Quadro 3 – Principais tipos de empreendedor

Informal	Este tipo ganha dinheiro porque precisa sobreviver. O empreendedor deste perfil trabalha para garantir o suficiente para viver, tem um risco relativamente baixo e não tem muitos planos para o futuro.
Cooperado	Este tipo costuma empreender ligado a cooperativas, como artesãos. Por isso, trabalho em equipe é primordial. Sua meta é crescer até poder ser independente. Geralmente, estes empreendedores dispõem de poucos recursos e tem um baixo risco.
Individual	Este é o empreendedor informal que se formalizou através do Microempreendedor Individual (MEI) e começa a estruturar de fato uma empresa. Este perfil ainda está muito ligado à necessidade de sobrevivência e geralmente trabalha sozinho ou com mais um funcionário apenas.

(continua)

(continuação)

Franqueado e Franqueador	Muitos desconsideram o franqueado como empreendedor, mas a iniciativa de comandar o negócio, mesmo que uma franquia deve ser levada em conta. Geralmente, procuram uma renda mensal média e o retorno do investimento. O franqueador é responsável por construir uma rede através de sua marca.
Social	A vontade de fazer algo bom pelo mundo aliada ao desejo de ganhar dinheiro move este empreendedor. Nesta categoria, trabalho em equipe é primordial e o objetivo é mudar o mundo e inspirar outras pessoas a fazerem o mesmo.
Corporativo	É o intraempreendedor, ou seja, o funcionário que empreende novos projetos na empresa que trabalha. Seu principal objetivo é crescer na carreira, com promoções e bônus.
Público	O empreendedor público é uma variação do corporativo para o setor governamental. Sua motivação está ligada ao fato de conseguir provar que seu trabalho é nobre e tem valor para a sociedade.
Do conhecimento	Este empreendedor usa um profundo conhecimento em determinada área para conseguir faturar. É como um atleta que se prepara e ganha medalhas importantes. Eles buscam realização profissional e reconhecimento com isso.
Do negócio próprio	Este é o mais comum e costuma abrir um negócio próprio por estilo de vida ou porque pensa grande. Dentro deste perfil, encontramos subtipos: o empreendedor nato e o serial.

Fonte: Zuini (2014).

Segundo Zuini (2014, p. 2) “cada um tem seus motivos para empreender, as variações são grandes e esses são os nove tipos de empreendedores mais comuns no Brasil”.

Os subtipos de empreendedor supracitados são:

O empreendedor serial é aquele que cria o negócio para vendê-lo. Dessa forma, o capital ganho com essa ideia inicial é utilizado para criar outro, vendê-lo novamente e produzir algo novo sempre, tornando-se uma atividade cíclica. Assim a venda é parte do fim de um empreendimento e o começo de um novo. Os empreendedores natos (mitológicos) os quais são geralmente os mais conhecidos e reverenciados. Normalmente são as pessoas que começaram a trabalhar desde muito cedo, com poucas condições, e acabaram criando grandes empresas. Como desde muito jovens esses empreendedores iniciaram a sua jornada de trabalho, acabaram adquirindo a habilidade de negociação e venda, são visionários, otimistas, estão sempre à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seu sonho (LIMA, 2017, p. 2).

Dentro desse segmento Zuini (2014, p. 2) ainda diz o seguinte: “Há dois grandes grupos: os empreendedores por necessidade, que só empreendem para sobreviver, e os empreendedores por oportunidade, que identificam um nicho com potencial de crescimento”.

Fernandes (2018, p. 1) explica que: “cada tipo, cada grupo de empreendedores, empreende por uma razão e tem uma combinação de fatores motivadores”.

O Quadro 4 apresenta os tipos de empreendedor de acordo com Dornelas (2008).

Quadro 4 – Tipos de empreendedor segundo Dornelas

Tipos de empreendedor	Definição
Tipo 1 – O Empreendedor Nato (Mitológico)	Geralmente são os mais conhecidos e aclamados, começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas, são visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos.
Tipo 2 – O Empreendedor que Aprende (Inesperado)	É normalmente uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio.
Tipo 3 – O Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios)	É aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. É uma pessoa que não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele até que se torne uma grande corporação.
Tipo 4 – O Empreendedor Corporativo	O empreendedor corporativo tem ficado mais em evidência nos últimos anos, devido à necessidade das grandes organizações de se renovar, inovar e criar novos negócios. São geralmente executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas.
Tipo 5 – O Empreendedor Social	O empreendedor social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular.
Tipo 6 – O Empreendedor por Necessidade	O empreendedor por necessidade cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido.
Tipo 7 – O Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar)	O empreendedor herdeiro recebe logo cedo a missão de levar à frente o legado de sua família. Empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países, e muitos impérios foram construídos nos últimos anos por famílias empreendedoras, que mostraram habilidade de passar o bastão a cada nova geração.
Tipo 8 – O “Normal” (Planejado)	O empreendedor que “faz a lição de casa”, que busca minimizar riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas é o empreendedor aqui definido como o “normal” ou planejado.

Fonte: Dornelas (2008).

Portanto, com todas as pesquisas existentes conclui-se que não existe um único tipo de empreendedor que possa ser identificado ou seguido (DORNELAS, 2008). Dessa forma, qualquer pessoa pode ser empreendedora.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Nesta seção são apresentadas as técnicas utilizadas durante a realização da pesquisa e a descrição de cada uma delas, para melhor compreensão das escolhas metodológicas adotadas.

Quanto ao método de abordagem do problema, caracteriza-se como qualitativo. “Este tipo de pesquisa não se preocupa com a representatividade numérica, mas sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 31).

As características da pesquisa qualitativa são: objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 32).

Em relação ao método de coleta de dados, definiu-se que os dados serão levantados e coletados por meio de entrevista. Para tal, Lakatos e Marconi (2003, p. 195), apresentam o seguinte conceito: “A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. Procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados, no diagnóstico ou no tratamento de um problema social”.

Podemos definir método como caminho para chegarmos a determinado fim. “E método científico como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para atingirmos o conhecimento” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 24).

No que concerne aos objetivos, a pesquisa caracteriza-se como exploratória, como disse Gil (2008) ela tem como principal objetivo criar, explicar e alterar opiniões e convicções, tendo em vista a elaboração de problemas determinantes ou suposições para próximos estudos. Abrange levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Métodos de demonstração e formas de quantidade de coleta de dados não são usualmente empregados nestas pesquisas.

No que diz respeito às técnicas adotou-se a pesquisa bibliográfica e o levantamento (*survey*). Fonseca (2002) afirma que a pesquisa bibliográfica é feita a partir da verificação de objetos já estudados e apresentados por formas escritas e virtuais, que possibilitam entender o que já foi falado sobre o assunto.

Sobre o levantamento (*survey*), Gil (2008) apresenta a seguinte definição:

As pesquisas deste tipo se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes dos dados coletados (GIL, 2008, p. 55).

Os dados coletados por meio da entrevista realizada serão analisados por meio da análise de conteúdo, conceituada por Bardin (1977) como um grupo de métodos de estudo das informações para ter através de processos organizados e fins de explicação do assunto, dos esclarecimentos que permitam a conclusão de conhecimentos referentes às circunstâncias de geração de mensagens.

Dessa forma, “a análise de conteúdo vem se mostrando como uma das técnicas de análise de dados mais utilizada no campo da Administração no Brasil, especialmente nas pesquisas qualitativas” (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2010, p. 3).

4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Conhecendo a empresa CB Distribuição

A empresa CB Distribuição Ltda é uma microempresa que atua na distribuição varejista de secos e molhados na região de Abadia dos Dourados, Coromandel, Estrela do Sul, Iraí de Minas, Monte Carmelo, Douradoquara, Romaria, entre outras cidades.

A empresa pesquisada possui dezessete colaboradores que atuam nas áreas de vendas, expedição e controle de estoques, financeiro e administrativo. A CB Distribuição iniciou suas atividades em 2013 por Leles Borges Martins, com apoio dos pais que ajudaram no investimento, financiando boa parte do capital de giro da empresa.

Em 2014 a empresa inaugurou a sua sede, contendo um grande depósito para as mercadorias.

Os pedidos de compra são realizados pelo próprio gestor e anotados em uma planilha de Excel contendo valores unitários, valores totais, quantidades e a descrição dos produtos. Quando chegam os produtos os colaboradores conferem as notas fiscais e os itens, conforme a compra realizada pelo gestor. A conferência possibilita receber todos os produtos sem nenhum dano. Se estiver de acordo, é autorizada a descarga dos itens enviados pelo fornecedor e realizada a conferência de quantidade e qualidade. Após a conferência, há o lançamento desses novos itens no sistema para atualizar a situação dos estoques.

Depois do recebimento, os colaboradores realizam a movimentação e a armazenagem dos produtos nos seus devidos lugares, realizando a giro da mercadoria a fim de evitar o vencimento dos produtos.

Os vendedores realizam visitas semanais, e junto aos clientes formulam os pedidos. Estes são feitos diretamente no sistema, sendo que quando este vendedor termina a sua rota, os pedidos são enviados para o escritório, momento em que é retirado um romaneio de carga. Nele, são descritos as quantidades e o volume de cada item, pois concentra em apenas um arquivo todos os dados referentes à distribuição.

O romaneio de carga é passado para os colaboradores responsáveis pela separação das mercadorias, carga e descarga, expedição e controle de estoque dos produtos dentro do depósito. Depois de finalizada a separação, estes colaboradores realizam uma conferência antes do carregamento, verificando se as quantidades estão corretas. Realizada a conferência são emitidos os boletos e as notas fiscais contendo os pedidos dos clientes. Após montada a rota de entrega é feito o carregamento das mercadorias, de forma que o peso seja distribuído igualmente dentro dos caminhões, para que durante a viagem os produtos não danifiquem.

A execução do processo deve ser ágil, mas de forma a evitar imperfeições e defeitos.

4.2 Respostas às questões de pesquisa

Fez-se necessário um levantamento (*survey*) realizado na CB Distribuição de Abadia dos Dourados para analisar o perfil empreendedor do gestor. Dessa forma, o gestor da CB Distribuição participou de uma entrevista para expressar seu posicionamento a respeito das características e os tipos de empreendedor que podem nele ser verificados.

Para a realização da entrevista foi elaborado um roteiro, contendo treze questões, sendo onze questões abertas e, ainda, apresentou duas questões de múltipla escolha, de forma que o entrevistado pudesse escolher “mais de uma” resposta. Na oportunidade, foi explicado ao gestor, a importância de se responder aos questionamentos de forma sincera, uma vez que a participação dele é imprescindível para compreender se ele possui perfil empreendedor.

A partir dos dados obtidos diante da realização da entrevista, pode-se fazer a seguinte síntese:

- Identificação do sujeito entrevistado: Leles Borges Martins.
- Data da entrevista: 27 de outubro de 2018.
- Nome do entrevistador: Gustavo José de Oliveira.
- Tipo de entrevista: Gravada na forma de áudio e transcrita posteriormente.
- Hora de início e de término: Início às 13h00 e término às 14h00.
- Duração: 1h00.

A CB Distribuição é uma microempresa que atua há quatro anos na distribuição varejista de secos e molhados na região de Abadia dos Dourados – MG.

O motivo pelo qual o gestor escolheu este ramo de atividade, foi pelo fato de ter viajado muito por causa da carreira de músico, assim, conhecendo pessoas ligadas ao mercado de atacado, de empresas e fábricas e com o conhecimento já adquirido na gestão de comércio, mesmo sendo de comércio pequeno e com outras parcerias que apareceram no decorrer da carreira como músico, acabou juntando as duas coisas: o conhecimento, a experiência no pequeno mercado dos seus pais e a oportunidade de conhecer pessoas do segmento e vendo nisto uma oportunidade, a qual ele compreendeu que tornaria mais fácil para seguir nesse ramo.

Atuou nesse ramo desde os anos 1990, quando trabalhou com seus pais no supermercado da família, posteriormente ao encerramento da carreira de músico, percebeu a oportunidade de abrir o seu negócio de distribuição, o que ocorreu há quatro anos.

Resolveu abrir seu próprio negócio, pois decidiu encerrar sua carreira de músico, se estabelecer em Abadia dos Dourados e não querendo ficar no comércio de seus pais, buscou um diferencial, um desafio para inovar, criando assim o centro de distribuição, sua própria empresa.

As práticas de negócio importantes para manter a empresa são: seguir o plano de negócios, focar na logística rápida e eficaz, estar presente nos processos da empresa para conhecer os pontos fracos que precisam ser melhorados devido a empresa ser nova no mercado.

O gestor se considera um empreendedor por ter muita vontade, não ter preguiça, gosta de desafios, sempre procura fazer o trabalho junto com a equipe de colaboradores acompanhando os processos, interagindo com tudo para saber o porquê de quando as coisas não deram certo. Segundo o gestor *“empreendedorismo não é só ficar em uma mesa pesquisando na internet, eu acho que você tem que ir atrás, eu acho que por isso as coisas têm dado certo, porque eu fico atuando junto com todo mundo, a gente vai aprendendo cada dia um com o outro e está dando certo”* (E1, 2018). Assim, como define Dornelas (2005), o empreendedor tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz, como pode ser verificado na fala do gestor.

Antes de ser empreendedor nunca trabalhou com carteira assinada, aos doze anos trabalhou durante dois anos em uma cerâmica, sendo *office boy* no Banco Itaú e depois na Minas Caixa, sempre com contrato de estágio. Posteriormente, começou a fazer faculdade e não tinha tempo para trabalhar, ajudando seus pais no mercado apenas nas horas vagas.

Sempre teve apoio dos pais para empreender no novo negócio, os quais lhe ajudaram no investimento, financiando boa parte do capital de giro da empresa e também confiando nele,

por sempre ter uma visão moderada.

Na família tem o irmão Leonardo, mais próximo, que também tem o negócio próprio e parentes mais distantes que também têm, mas não há contato.

A principal fonte de renda da família são os lucros da CB Distribuição apesar de ainda ajudar os pais na administração no supermercado e na propriedade rural da família.

O entrevistado afirma ajudar em algumas tarefas no Supermercado Casa Borges, mas é proprietário apenas da CB Distribuição, que é atualmente sua fonte de renda.

Foi possível identificar que o entrevistado possui todas as características do empreendedor citadas por Bonetto (2018), confirmando-se assim que este é um empreendedor.

Quanto aos tipos de empreendedor, definido por Dornelas (2008), o gestor se identificou com dois: empreendedor nato (mitológico) “geralmente são os mais conhecidos e aclamados, começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas, são visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos” e empreendedor herdeiro (sucessão familiar) “o empreendedor herdeiro recebe logo cedo a missão de levar à frente o legado de sua família”.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa se propôs a responder à seguinte problemática: Quais são as características e tipos de empreendedor que podem ser identificados no proprietário de uma empresa de distribuição?

Dessa forma ao analisar a entrevista feita com o gestor da CB Distribuição conclui-se que ele possui todas as características do empreendedor citadas pelo estudo do SEBRAE (2014), ele busca oportunidades e toma iniciativas, tem persistência, corre riscos calculados, exige qualidade e eficiência dos colaboradores e de si mesmo, é comprometido, procura sempre buscar informações, estabelece metas, tem um planejamento e monitoramento sistemático, é persuasivo e possui uma boa rede de contatos, é independente e autoconfiante. No que se refere aos tipos de empreendedor que nele poderiam ser identificados constatou-se que são o empreendedor nato (mitológico) e o empreendedor herdeiro (sucessão familiar).

Eram objetivos dessa pesquisa: a) investigar o que motivou o proprietário a abrir seu negócio; b) pesquisar quais as práticas de negócios que mantém a empresa no mercado; c) apresentar as características empreendedoras e estabelecer correlação com as características do proprietário e; d) identificar qual(is) tipo(s) de empreendedor que podem ser reconhecidos no

proprietário da empresa de distribuição. Portanto, após realizar a definição de conceitos, discussão teórica e desenvolvimento da pesquisa, pode-se afirmar que todos os objetivos propostos para realização desse estudo foram atendidos/respondidos.

Nesse sentido, a pesquisa necessitava investigar o perfil empreendedor do gestor da CB Distribuição. Dessa forma, esse estudo procurou trazer informações, por meio de uma revisão bibliográfica, sobre os conceitos de empreendedorismo e perfil empreendedor. Esses conceitos permitiram um conhecimento mais profundo sobre o tema estudado.

Analisando o perfil do proprietário da empresa de distribuição percebeu-se as características e os tipos de empreendedor que ele possui. Portanto, pode-se concluir que o gestor da empresa é empreendedor devido aos seus comportamentos e atitudes que contribuem para o seu sucesso.

O que motivou o proprietário a abrir seu negócio foi o fato de ter viajado bastante na sua carreira como cantor e nessas viagens ter conhecido pessoas do ramo da distribuição, juntando com o conhecimento já adquirido como ajudante no supermercado de seus pais e com a vontade de criar algo novo.

As práticas de negócios que mantém a empresa no mercado são seguir um plano de negócios, focar na logística rápida e eficaz, estar presente nos processos da empresa para conhecer os pontos fracos que precisam ser melhorados.

As características empreendedoras citadas por Bonetto (2018): buscar oportunidades e tomar a iniciativa, correr riscos calculados, exigir qualidade e eficiência, ser persistente, ser comprometido, buscar informações, estabelecer metas, ter planejamento e monitoramento sistemático, ter persuasão e rede de contatos, ser independente e autoconfiante foram todas identificadas no perfil do gestor. O que permitiu entender que estão relacionadas com as características do proprietário, tornando-se assim um diferencial competitivo que o fizeram aproveitar as oportunidades com inovação e bom desempenho.

Os tipos de empreendedor, segundo Dornelas (2008), reconhecidos no proprietário da empresa foram o empreendedor nato (mitológico) que começa a trabalhar muito jovem e adquire habilidade de negociação e de vendas, é visionário, otimista, está à frente do seu tempo e compromete-se 100% para realizar seus sonhos. E o empreendedor herdeiro (sucessão familiar) que recebe logo cedo a missão de levar à frente o legado de sua família.

O trabalho contribui gerando conhecimento sobre o empreendedorismo que busca a criação ou desenvolvimento de um novo negócio, criando nas pessoas o desejo de ser diferentes, inovadoras, geradoras de emprego e que movimentam a economia do País. O perfil empreendedor pode variar de pessoa para pessoa dependendo de suas características e

comportamentos que podem ser analisados em grupos para ver em qual tipo o indivíduo se encaixa melhor. Também, acredita-se que o desenvolvimento dessa pesquisa possa contribuir com os estudos sobre a temática e que, de alguma forma, possa contribuir com a realização de novos estudos envolvendo a temática aqui abordada.

Como sugestão para pesquisas futuras sobre a temática, crê-se que é possível realizar novos estudos contemplando modelos de negócio inovadores, boas práticas de governança corporativa, a educação empreendedora e o sucesso empreendedor, ou ainda, a realização de pesquisa similar em outras organizações do mesmo segmento e que sejam concorrentes da empresa aqui estudada, de forma que os resultados obtidos possam ser comparados.

REFERÊNCIAS:

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo – RS, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan./jun. 2014. Semestral. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/viewFile/612/522>. Acesso em: 11 set. 2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/RonanTocafundo/bardin-laurence-anlise-de-contedo>. Acesso em: 09 out. 2018.

BONETTO, Matheus. **As principais características do empreendedor de sucesso**. 2017. Disponível em: <http://empreendedoresdamidia.com.br/as-principais-caracteristicas-do-empreendedor-de-sucesso/>. Acesso em: 28 set. 2018.

BRITO, Andréia Matos; PEREIRA, Pedro Silvino; LINARD, Ângela Patrícia. **Empreendedorismo**. 2013. Disponível em: http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/ifce/tecnico_edificacoes/empreendedorismo.pdf. Acesso em: 15 set. 2018.

CARVALHO, Raimundo Nonato. **Empreendedorismo: importância econômica e social**. 2013. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-importancia-economica-e-social/74380/>. Acesso em: 01 dez. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**. Dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=ONs9CQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=empreendedorismo&ots=bYCJto9DsT&sig=83t63kgCHjQahG0TzB3KGttCzUg#v=onepage&q=empreendedorismo&f=true>. Acesso em: 10 set. 2018.

COSTA, Robson Antônio Tavares; FURTADO, Carli Brigith Reis Araújo. **Empreendedorismo: características, habilidades e competências**. 2016. Disponível em:

http://files.comunidades.net/robsontavares/2caracteristica_empreadedora_ou_habilidades_e_competencias_empreadedoras.pdf. Acesso em: 23 set. 2018.

DAL`BÓ, Reginaldo André. **Características e o perfil do empreendedor**. 2008. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/as-caracteristicas-e-o-perfil-do-empendedor/24327>. Acesso em: 03 nov. 2018.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, José. **Tipos de empreendedores**. 2008. Disponível em: http://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/2008/02/empreendedorismo_na_pratica_capitulo_2.pdf. Acesso em: 30 out. 2018.

FERNANDES, Regina. **Tipos de empreendedores**: qual é o seu? Saiba mais e se identifique aqui. 2018. Disponível em: <https://capitalsocial.cnt.br/tipos-de-empreadedores/>. Acesso em: 30 set. 2018.

FIGUEIRA, Jessica Botelho; CARVALHO, Taynan M. **Empreendedorismo acadêmico no Brasil**: evidências a partir da avaliação da trajetória profissional de ex-bolsistas de iniciação científica, mestrado e doutorado. 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/La%C3%ADs%20Cristina/Downloads/JESSICABOTELHOFIGUEIRAeTAYNANM.B.DECARVALHO.pdf>. Acesso em: 23 set. 2018.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999. Trimestral. Disponível em: 200.232.30.99/download.asp?file=3402005.pdf. Acesso em: 28 set. 2018.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Universidade Estadual do Ceará, 2002. Disponível em: http://leg.ufpi.br/subsiteFiles/lapnex/arquivos/files/Apostila_-_METODOLOGIA_DA_PESQUISA%281%29.pdf. Acesso em: 29 set. 2018.

FRANCO, Jheine Oliveira Bessa; GOUVÊA, Josiane Barbosa. A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 5, n. 3, 2016. Disponível em: <http://regepe.org.br/regepe/article/viewFile/360/pdf>. Acesso em: 03 nov. 2018.

FREITAS, Annamaria Claudino; MANHÃES, Viviane Ramos. **Análise do perfil do empreendedor no município de Campos dos Goytacazes**. 2016. Disponível em: <http://bd.centro.iff.edu.br/xmlui/handle/123456789/1146>. Acesso em: 09 set. 2018.

GERHARDT, Tatiana; SILVEIRA, Denise. **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Rio Grande do Sul: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 14 set. 2018.

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

KAUFMAN, Patrick J.; DANT, Rajiv P. **Franchising and the domain of entrepreneurship research**. 1998. Disponível em: <https://cemi.com.au/sites/all/publications/kaufman%20and%20dant%201999.pdf>. Acesso em: 06 out. 2018.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LIMA, Christian Beneduzi de. **Tipos de empreendedores**. 2017. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/tipos-de-empreendedores/105602/>. Acesso em: 30 set. 2018.

LOHN, Vanderléia Martins. **Empreendedorismo**. Natal: FPB, 2010. Disponível em: <https://fpbvirtual.fpb.edu.br/unpvirtual/fpb/184914/698.pdf>. Acesso em: 28 set. 2018.

MARIANO, Sandra Regina Holanda; MAYER, Verônica Feder. **Empreendedorismo: fundamentos e técnicas para a criatividade**. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

MOZZATO, Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI, Denize. **Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios**. 2010. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/epq2771.pdf>. Acesso em: 09 out. 2018.

NOGAMI, Vitor Koki da Costa; MEDEIROS, Juliana; FAIA, Valter da Silva. Análise da evolução da atividade empreendedora no Brasil de acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) entre os anos de 2000 e 2013. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 31-76, 2014. Disponível em: <http://www.regepe.org.br/regepe/article/view/118>. Acesso em: 09 set. 2018.

OLIVEIRA, Éllen de Moraes; CAMPOS, Maria Alice Silva França de. **O empreendedorismo como características de diferenciação e destaque ao engenheiro**. 2016. Disponível em: [ww.bibliotecadigital.funvicpinda.org.br:8080/jspui/bitstream/123456789/532/1/OliveiraCampos.pdf](http://www.bibliotecadigital.funvicpinda.org.br:8080/jspui/bitstream/123456789/532/1/OliveiraCampos.pdf). Acesso em: 05 out. 2018.

PICANÇO, Fabiana Cristina de Azevedo; PERIOTTO, Tânia Regina Corredato. **Empreendedorismo e inovação**. Maringá: Cesumar, 2017. Disponível em: <https://www.unicesumar.edu.br/empresarial/wpcontent/uploads/sites/31/2017/11/Empreendedorismo-e-Inovacao-09-11-2017.pdf>. Acesso em: 23 set. 2018.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernane Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2013. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 07 out. 2018.

SANCHES, Vander Lúcio; *et al.* O empreendedorismo como ferramenta de desenvolvimento econômico e social. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, São Paulo, Ano 03, Ed. 08, Vol. 13, p. 5-23, Agosto de 2018. ISSN: 2448-0959. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/wp-content/uploads/kalins-pdf/singles/desenvolvimento-economico-e-social.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2018.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Italo Fernando. Mentalidade empreendedora: o modo de pensar do indivíduo empreendedor. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 6, n. 3, p. 495-524, 2017. Disponível em: <http://www.regepe.org.br/regepe/article/view/422/pdf>. Acesso em: 02 nov. 2018.

SEBRAE. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 11 set. 2018.

SILVA, Anna Carolina Aguiar da. **Perfil empreendedor**: as principais características e os tipos de um empreendedor de sucesso. 2014. Disponível em: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/5375/1/20650723.pdf>. Acesso em: 09 set. 2018.

SIMÕES, Naiara. **O que é, realmente, um empreendedor**. 2008. Disponível em: <http://admcefetmg.blogspot.com/2008/05/o-que-realmente-um-empendedor.html>. Acesso em: 03 nov. 2018.

ZUINI, Priscila. **Os 9 tipos de empreendedores mais comuns no Brasil**. 2014. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/os-9-tipos-de-emprededores-mais-comuns-no-brasil/>. Acesso em: 09 set. 2018.