

**FACULDADE ENVAGÉLICA DE RUBIATABA  
CURSO DE ADMINSTRAÇÃO**

**A IMPORTÂNCIA DO EMPREDEDORISMO NA SOCIEDADE  
MODERNA**

**GUSTAVO HENRIQUE RIBEIRO MELO**

**RUBIATABA-GO**

**2019**

**GUSTAVO HENRIQUE RIBEIRO MELO**

**A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO NA SOCIEDADE  
MODERNA**

Monografia apresentada a Faculdade Evangélica de Rubiataba, como requisito para obtenção de título de Bacharel em Administração de Empresas sob a orientação da professora Ma.Gilda Nascimento.

**RUBIATABA-GO**

**2019**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP).**

**Melo, Gustavo Henrique Ribeiro.**

**A importância do empreendedorismo na sociedade moderna/Gustavo Henrique RibeiroMelo – 2019.**

Orientadora: Gilda Aparecida Nascimento.  
Monografia (Bacharel). – Faculdade Evangélica de Rubiataba – FER, Departamento de Administração, 2019.  
Bibliografia

Inclui listas de figuras.

# **FOLHA DE APROVAÇÃO**

## **A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO NA SOCIEDADE MODERNA**

Monografia apresentada à Faculdade Evangélica de Rubiataba, obtenção do título de Bacharel em Administração, 2019.

### **BANCA EXAMINADORA**

Membros componentes da Banca Examinadora:

---

Presidente e Orientadora: Profa. Mestra Gilda Aparecida Nascimento Nunes  
Faculdade Evangélica de Rubiataba

---

Membro Titular: Prof. Me. Francinaldo Soares de Paula  
Faculdade Evangélica de Rubiataba

---

Membro Titular: Profa. Ma. Maura Sousa Silva de Paula  
Faculdade Evangélica de Rubiataba

Aos meus pais Ivo B. Melo e Nilza Maria, meu irmão Paulo André, meu avô Noé S. Melo razões do meu viver, dedico com muito amor.

## **AGRADECIMENTOS**

A Jesus Cristo, amigo sempre presente, sem o qual nada teria feito.

Aos meus pais, que sempre incentivaram meus sonhos e estiveram sempre ao meu lado.

Aos meus colegas de classe e demais formandos pela amizade e companheirismo que recebi.

A Prof<sup>a</sup>Gilda Nascimento, que me acompanhou, transmitindo-me tranquilidade.

*“Quanto mais aumenta nosso conhecimento, mais evidente fica nossa ignorância”.*  
*John F. Kennedy.*

## RESUMO

O presente trabalho faz uma abordagem sobre o empreendedorismo e seus reflexos na sociedade brasileira, destacando casos considerados de sucesso. Ao discutir algumas das características do empreendedorismo, optou-se pela análise a partir do setor moveleiro na cidade de Rubiataba, cidade que em determinada época foi registrado 72 empresas no ramo moveleiro. É uma atividade que gera vários empregos diretos e indiretos. Desta forma, tem como objetivo geral identificar características do empreendedorismo nas indústrias moveleiras de Rubiataba-Go. O trabalho foi realizado utilizando os procedimentos metodológicos da pesquisa bibliográfica e a descritiva na qual buscou informações nas indústrias de móveis na cidade de Rubiataba-Go.

**Palavras Chaves:** Empreendedorismo; Setor Moveleiro; Liderança.

## **ABSTRACT**

This paper presents an approach about entrepreneurship and its reflexes in Brazilian society, highlighting successful cases. In discussing some of the characteristics of entrepreneurship, we chose to analyze from the furniture sector in the city of Rubiataba, a city that at one time was registered 72 companies in the furniture industry. It is an activity that generates many direct and indirect jobs. Thus, the general objective of this work is to identify characteristics of entrepreneurship in the furniture industries of Rubiataba-Go. The work was performed using the methodological procedures of the bibliographic and descriptive research in which it sought information in the furniture industries in the city of Rubiataba-Go.

**Keywords:** Entrepreneurship; Furniture industry; Leadership.

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – DAS NECESSIDADES ÀS OPORTUNIDADES.....	21
TABELA 2 – TENDÊNCIAS DE MERCADO.....	21

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - MAPA DE LOCALIZAÇÃO DE RUBIATABA NO ESTADO DE GOIÁS.....	26
---	----

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Você se considera um gestor empreendedor?.....	27
Gráfico 2: As características que você se identifica como empreendedor....	28
Gráfico 3: Já buscou algum conteúdo sobre empreendedorismo para auxiliar em alguma tomada de decisão dentro da empresa?.....	28
Gráfico 4: Você acredita no empreendedorismo como forma de inovação no mercado e em linhas de produção?.....	29
Gráfico 5: Em sua opinião, qual o principal motivo do fechamento de empresas moveleiras na cidade de Rubiataba-GO, nos últimos dez anos?.	30
Gráfico 6: Qual a principal dificuldade encontrada para se manter no mercado moveleiro, na atualidade?.....	31
Gráfico 7: Em sua opinião, é importante ou não ter colaboradores com pensamentos empreendedores?.....	32

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>1. EMPREENDEDORISMO</b> .....	15
1.1 HISTÓRICO E CONCEITO .....	15
<b>2 FORMAÇÃO E CARACTERÍSTICAS DE UM EMPREENDEDOR</b> .....	18
2.1 OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO E VISÃO DE FUTURO .....	20
2.2EMPREENDEDORISMO NO BRASIL .....	23
<b>3 RESULTADOS DA PESQUISA</b> .....	27
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	34
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	35

## INTRODUÇÃO

Os anos de 1990 foram considerados períodos de expansão do empreendedorismo no Brasil durante a abertura econômica, que alavancou o crescimento da produtividade e da concorrência no mercado brasileiro. Para Timmons (1990, p. 23) “O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século 21 mais do que a revolução industrial foi para o século 20”.

O empreendedorismo não é só criar seu próprio negócio, deve também saber gerir e mantê-lo no mercado competitivo por um ciclo de vida prolongado visando em retornos de capital significativos. O empreendedor é uma pessoa capaz de pegar uma ideia e transformá-la em um negócio próprio bem sucedido.

Ainda de acordo com Chiavenato (2007), “O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades”.

Entre outros aspectos relacionados ao empreendedorismo, surgiu o meu interesse em investigar com mais detalhes sobre esse tema, tendo em vista a sua importância em minha formação acadêmica e profissional. Com isso definiu-se como objetivo geral desse trabalho, identificar as características do empreendedorismo nas indústrias moveleiras de Rubiataba-Go, e os objetivos específicos são:

- Realizar um estudo bibliográfico sobre o empreendedorismo e suas características.
- Identificar de que modo se efetiva o empreendedorismo nas indústrias moveleiras em Rubiataba;
- Identificar algumas das dificuldades enfrentadas por empresas moveleiras na atualidade.

Com esse trabalho procura-se estudar e contribuir sobre o assunto tanto no meio acadêmico como fora desse espaço. O procedimento metodológico utilizado foi pesquisa bibliográfica, que de acordo com Gil (2002, p.04)

É desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas (GIL, 2002, p. 44).

Na pesquisa bibliográfica buscou-se em diversas obras informações sobre o tema, a fim de levar esclarecimentos aos leitores.

A pesquisa descritiva foi utilizada a fim de fazer levantamentos sobre as empresas existentes em Rubiataba. De acordo com Gil (2002, p. 131),

As pesquisas descritivas têm como objetivo básico descrever as características de populações e de fenômenos. Muitos dos estudos de campo, bem como de levantamentos, podem ser classificados nessa categoria. Nos levantamentos, contudo, a preocupação do pesquisador é a de descrever com precisão essas características, utilizando instrumentos padronizados de coleta de dados, tais como questionários e formulários, que conduzem a resultados de natureza quantitativa. Nos estudos de campo, a preocupação também é com a descrição, mas a ênfase maior é colocada na profundidade e não na precisão, o que leva o pesquisador a preferir a utilização de depoimentos e entrevistas com níveis diversos de estruturação.

Esses procedimentos contribuíram para que a pesquisa se concretizasse.

# 1. EMPREENDEDORISMO

## 1.1 HISTÓRICO E CONCEITO

O empreendedorismo teve sua origem na reflexão de alguns pensadores do século XVIII e XIX, conhecidos como defensores do liberalismo econômico. Esses por sua vez defendiam que a ação da economia era refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência. O empreendedorismo tem sido visto por muitos estudiosos como a ferramenta que impulsiona o mercado como um engenho que direciona a inovação e promove o desenvolvimento econômico.

Segundo dados do IBGE (2014), a cada 10 (dez) empresas que abrem no Brasil 6 (seis) delas fecham as portas antes de completar 5 (cinco) anos, ou seja, manter uma empresa aberta é um desafio maior do que conseguir abrir um negócio. Isso significa administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio.

Essas ações são essenciais no processo do empreendedorismo, pois, empreender não significa aventurar-se sem planejamento e previsão dos riscos que o empreendimento estará sujeito.

Segundo Chiavenato (2007), o empreendedor envolve em seu trabalho no seu dia a dia amor, paixão, impulso, emoção de criar o novo, inovação, risco e intuição. Mas por outro lado reserva um amplo espaço para a racionalidade. O balanceamento entre aspectos racionais e emocionais é indispensável para manter o negócio sólido e bem-sucedido.

O empreendedorismo não é um termo novo, nos momentos de crise econômica ele torna-se muito evidente. Com isso procura-se pensar como ser um empreendedor bem-sucedido. Ao longo do tempo e das necessidades advindas com a situação econômica, ao empreendedorismo foi agregados várias vertentes.

No decorrer da história o papel do empreendedor destaca-se como aquele que assume riscos, que gerencia o seu projeto no alcance de suas metas, independente da roupagem que se revista ou do ângulo que é observado. Seja gerenciando projetos, na criação do próprio negócio, sendo o investidor do próprio

negócio ou com investimentos de terceiros, inclusive de órgãos governamentais. Com essas características relaciona-se com os conceitos estudados nesta pesquisa.

O termo empreendedorismo nasceu do francês *entrepreneur*, é aquele que assume riscos, que está disposto a largar tudo para ir atrás de algo incerto mais que nas suas perspectivas te dará o futuro. É aquele que inicia e opera o negócio para realizar sua ideia e seu projeto pessoal em algo inovador (CHIAVENATO, 2007). Além dessa definição os autores estudados e economistas sugerem que o conceito seja entendido como aquele que transfere recursos econômicos de um setor produtivo mais baixo para outro com maior produtividade e rendimento.

Além disso, pode-se afirmar que o empreendedor é aquele que acredita nas suas ideias e vê a oportunidade de investir, de abraçar, e enfrentar os desafios do caminho sem medo para alcançar o sucesso de seu projeto. Por consequência deste espírito empreendedor, esta pessoa que é ambicioso deseja chegar a algum lugar bem específico, quer ser alguém que criou e idealizou algo, e que não apenas ficou sentado esperando algo acontecer. Isso demonstra iniciativa, que é uma característica do empreendedor. O empreendedor “tem que estar permanentemente de olho nos acontecimentos, traçando diretrizes e corrigindo rumos para chegar onde pretende”. (DOLABELA; FILION, 2000, p. 17)

Com isso vale ressaltar a necessidade do empreendedor estar antenado com as mudanças no mercado, na economia, em tecnologias, nas tendências dos movimentos que as pessoas fazem para suprir as suas necessidades.

Para Degen (1989, p. 01) “o empreendedor é o agente do processo de destruição criativa que, de acordo com Joseph A. Schumpeter é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista”. Já para Barreto (1998, p. 190) “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”.

Com isso pode-se afirmar que o empreendedorismo é algo extraordinário que permite criar e inovar, sem medo do que vai encontrar pela frente, é assumir os riscos e acreditar nas suas ideias e partir para a luta sabendo que algo novo vai nascer de suas ideias. No entanto, não se podem negar os desafios encontrados no cenário do empreendedorismo.

Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento. Continuamente, milhares de pessoas com esse perfil — desde jovens a pessoas adultas e de todas as classes sociais — inauguram novos negócios por conta própria e agregam a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações. É essa força vital que faz pulsar o coração da economia (CHIAVENATO, 2007, p. 04).

O empreendedor está sempre sendo testado com as várias mudanças no mundo dos negócios, por isso a cada dia é um novo desafio, seja ele em um novo estilo de roupa ou em uma nova tecnologia no mercado que terá que acompanhar, senão ficará fora desse contexto.

O empreendedorismo é assumir risco diretamente, não é como prestar serviço ou trabalhar como assalariado, que tem seus riscos, mas são menores. No caso de um empreendedor muitas vezes só ele acredita que sua ideia vai sair do papel, enquanto muitos podem desacreditar. Em muitas situações terá que vender sua ideia para tentar conseguir investidores para seu trabalho, e quando não consegue, em alguns casos, vende tudo para apostar em suas ideias. Nesse cenário alguns desistem.

Nesse aspecto, pode-se citar o exemplo da Dell, onde Michael Dell começou sua carreira vendendo peças de computador pelos correios, quando chegou a vender 80 mil por mês, então ele abandonou os estudos para dedicar a sua empresa. Em meados de 1985, a Dell Computer Corporation começou a vender clones de PC IBM montados com peças em desuso a um preço menor que US\$ 1mil. Em 1993, as vendas anuais da empresa alcançaram US\$ 2 bilhões.

## 2. FORMAÇÃO E CARACTERÍSTICAS DE UM EMPREENDEDOR

O ser empreendedor surge com as ideias do ambiente onde trabalha, onde vive a educação, a maneira e as condições que foi criado poderão influenciar nas suas escolhas. A sociedade é um meio formador de opiniões, isso não quer dizer que ela já tenha o seu meio formado, mas que esses fatores influenciarão para que assumam a característica do empreendedorismo, seja melhorando o que já existe ou um criando novo caminho a ser tomado.

Chiavenato (2007), diz que as características do empreendedor é um tema complexo, mas, três características básicas podem descrever um empreendedor, que são: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança.

Dolabela *et. al.* (2000, p. 20) argumentam que “estas [características] nem sempre são realizadas de forma consciente: podem decorrer do acaso dos encontros, de atividades anteriores, professores, do exemplo de alguém”. Isso deveria formar uma base cultural de uma sociedade, que pode ou não ter o valor empreendedor. A relação do empreendedor na sociedade é descrita por Dolabela (1999, p. 30) como sendo,

[...] tudo leva a crer que o desenvolvimento econômico seja função do grau de empreendedorismo de uma comunidade. As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedores que as aproveitem e que através de sua liderança, capacidade e de seu perfil disparem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão, sobretudo em valores culturais, na forma de ver o mundo. O empreendedor cria e evoca valores para indivíduos e para a sociedade, ou seja, é fator de inovação tecnológica e crescimento econômico.

Tem-se, contudo o entendimento de que para se tornar empreendedor tem-se de assumir riscos por um algo melhor, e já ter sua ideia de mercado definido e a hora que deverá sair do papel. Dolabela (1999, p. 32) afirma que “o empreendedor tem que ver o mercado de forma diferente, ver o que os demais não percebem”.

O empreendedor é aquele que sai da sua zona de conforto e vai à luta. Em alguns casos abandona bom trabalho e salário, altos cargos em grandes empresas para começar seu próprio negócio, seja ele do zero ou em andamento.

Na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma idéias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma idéia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado economia(CHIAVENATO, 2007, p. 07).

O empreendedor é aquele que tem a capacidade de observar o mercado e criar algo novo, ou melhorar algo que já está no mercado. É capaz de enxergar o que está faltado para que um produto ou serviço atinja seu potencial. O empreendedor tem a sensibilidade para alavancar o negócio e fazer com que ele atinja o mercado em um patamar diferenciado de sucesso.

Dolabela *et. al.*(2000, p. 22), afirmam que “nossa sociedade registra que uma entre quatro pessoas é um agente empreendedor, alguém que tomou as rédeas do seu destino, isso é o que ele chama de “assumir uma cultura empreendedora””.

O que diferencia o empreendedor dos outros agentes da organização é a capacidade de definir visões, projetos que compreendem elementos de inovação e se afastam do que já existe. Em geral essas visões são construídas em torno de oportunidades de negócio que o empreendedor percebeu no mercado. A partir de visões a serem realizadas, ele desenvolve seu sistema organizacional, que compreende a interação com pessoas dentro da empresa, e o sistema de relações, que tem a ver com o ambiente externo (DOLABELA; FILION, 2000, p. 22).

Com isso pode-se inferir que o empreendedor é dotado de autoconfiança, por isso sente a necessidade de mudar de ares, procurar por negócios para sua realização pessoal, mesmo que para isso tenha que se atirar aos riscos no grande mundo das organizações e assumir alguns riscos.

Entre os aspectos abordados nessa pesquisa, no que se refere à educação e formação de novos empreendedores foi possível identificar algumas discussões para aprimorar a formação para o empreendedorismo no Brasil. De acordo com Dolabela (1999, p.35) existe “a necessidade urgente de reorientar o ensino brasileiro e mudar o que ele chama de “cultura da grande empresa””, essa abordagem relaciona-se a grandes e pequenas empresas. Escolas devem ser centros de formação de empreendedores, o mesmo autor (1999, p. 37), ainda defende que:

A formação de empreendedores nas escolas enseja uma oportunidade única de abordar os conteúdos éticos que envolvem a atividade econômica e profissional. [...] É importante que eles saibam que os danos causados pelas licitações públicas irregulares, pela prática de propinas, vão além dos ganhos ilícitos de alguns: na verdade, inibem o crescimento tecnológico, tornam inútil a inovação, despreparam o país para a competitividade nacional. [...]A sala de Aula é um excelente lugar para o debate desses temas.

O SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) através do Programa Nacional de Educação Empreendedora vembuscando novos rumos da educação no Brasil, no que se refere a esse tema. O brasileiro é considerado um dos povos mais empreendedores do mundo. Porém, o que falta, ainda, é seu preparo para gestão do negócio. O SEBRAE vem tendo a missão de promover a competitividade, o desenvolvimento sustentável e o fomento aos pequenos negócios através de suas consultorias e capacitações (SEBRAE, 2017).

De acordo com uma pesquisa feita no Rio de Janeiro no ano de 2017 pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), citado pelo SEBRAE (2017) em seu site oficial, aponta que de cada três brasileiros dois empreendempor oportunidade, porém a grande maioria fecha as portas nos primeiros anos, por falta de conhecimento, de dinamismo e gestão.

## 2.1 OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO E VISÃO DE FUTURO

O empreendedor tem o tino para os negócios e não deixa passar as oportunidades, muitas vezes essa pessoa abre mão de tudo para seguir suas ideias e trabalhar seu futuro, que não é mais como empregado e sim como empregador ou dono de seu próprio negócio.

O empreendedor que se destacará no mundo do negócio será aquele que está aberto às sugestões, que tem um tino empreendedor e que está pronto para assumir risco, que esteja focado em novas mudanças de mercado e que acompanhe as mudanças tecnológicas no mundo.

O empreendedor precisa dispor de uma estrutura de pensamento sistêmico e visionário, porque é com base nisso que poderá fixar seus objetivos e traçar o caminho para atingi-los – incluindo a previsão dos obstáculos e limites que poderá encontrar. Sem isso, poderá comprometer seus planos e se perder no processo. (FILION, 2000, p. 30)

Nestas questões entende-se que o foco deve estar relacionado com todo o contexto que envolve o empreendedor e sua realidade. Vale ressaltar que isso contribuirá para que trace seus caminhos ancorados na realidade e não somente em sonhos. Nesse contexto todos os fatores devem ser levados em consideração. O que conduz a considerar que empreender não é uma tarefa fácil que está sujeita a uma série de fatores tanto internos quanto externos.

De acordo com Dolabela *et. al.* (2000, p.31), o empreendedor “é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” e complementa com a definição de visão: “é uma imagem projetada no futuro, do lugar que se quer ver ocupado pelos seus produtos no mercado, assim como a imagem projetada do tipo de organização necessária para consegui-lo”.

Segundo Dolabela (1999), ao se tratar de oportunidade de negócio é normal que as pessoas se confundam com uma ideia de negócio. A diferença entre estes dois termos é que as ideias são gerais e abstratas, enquanto oportunidades representam uma possibilidade concreta, voltada a sua realização. Logo uma oportunidade de negócio, surge da geração de ideias, mas vai muito além. Porque as oportunidades de negócio se diferenciam das ideias no sentido de que oferecem a possibilidade de ocupar um nicho no mercado.

As necessidades humanas foram primeiramente apresentadas por Maslow e citadas por (CHIAVENATO, 1998, p. 328) “como um modelo didático, teórico e abrangente, muito útil a todos os tipos de profissionais. Contudo, sob uma visão empreendedora podemos filtrar oportunidades seguindo a hierarquia de necessidades”. São elas:

Tabela 1 – Das necessidades às oportunidades

NECESSIDADES	OPORTUNIDADES
Primárias	Produtos alimentícios, lanchonete, confecção, construção civil
De Segurança	Extintor de incêndio, iluminação, travas, serviços de vigilância
Sociais	Organização de eventos, impressos para seminários e feiras
De Reconhecimento	Jóias, canetas de luxo, automóvel
De Realização	Computador, máquinas e ferramentas

Fonte: DOLABELA E FILION (2000, p. 35)

Dessas necessidades humanas as mais comuns que supre o mercado, basicamente são elas: a manufatura, o atacado, o varejo e os serviços. Sobre esse assunto Chiavenato (2005, p. 55) afirma que “o varejo constitui a mais favorável aos novos empreendedores, pois a entrada no mercado é mais fácil e por ser um tipo de negócio mais familiar aos consumidores”.

As mudanças no mercado são percebidas ao passar dos anos e as tendências de mercado sempre evoluindo. Revistas e livros são jeito mais comum para fazer essa comparação. Logo abaixo estão algumas tendências de mercado expostas por Dolabela *et. al.* (2000, p 40), que são seguidas de possíveis serviços e produtos que podem ser desenvolvidos para satisfazê-los.

Tabela 2 – Tendências de mercado

TENDÊNCIA	POSSIBILIDADES DE INVESTIMENTO
Envelhecimento da população	Residências menores, pisos antiderrapantes, serviços em domicílio, alimentos dietéticos (para diabéticos), porções menores, turismo de terceira idade
Cuidados com a forma física	Academias, aparelhos de ginástica, roupas esportivas e dietas;
Educação permanente	Publicações especializadas, livros de referência, CD-Rom, bancos de dados, internet, serviços de treinamento
Casais trabalhando fora	Serviços de limpeza e manutenção domiciliar, transporte escolar e creches
Globalização	Importação e exportação, hotéis e viagens
Aumento de famílias monoparentais, solteiros	Atividades de lazer, cultura e entretenimento, turismo e alimentos congelados
Isolamento social	Telefonia, internet, comércio eletrônico, produtos de segurança
Expansão do setor de eventos	Viagens, hospedagem, serviços de congressistas, publicações
Produtos a moda antiga	Artesanato, geléias e doces caseiros, restaurantes de comida regional, móveis antigos
Aumento da produtividade (enxugamento das empresas)	Terceirização de serviços, trabalho autônomo, empreendedorismo

Fonte: DOLABELA E FILION (2000, P. 40)

Nessas tendências é possível pensar-se nas possibilidades de empreender. Com isso visualizaras possibilidades de negócios para a terceira idade, para o cuidado e preocupação com a estética e saúde, a educação, mudança na estrutura familiar e a globalização.

Acompanhar o mercado e suas principais tendências é uma forma que o empreendedor encontra de estar sempre à frente de seus concorrentes e se manter firme e sólido no mercado. Vislumbrando o que está por vir no mercado futuro e o que será tendência nos próximos anos.

## 2.2 EMPREENDEDORISMOS NO BRASIL

O desemprego é um grande problema no Brasil, que por sua vez, traz várias consequências que estão relacionadas, tais como: desmotivação, desigualdade social, violência e desajustes em várias situações sociais e econômicas. A falta de ocupação é um desafio para os governantes, empresas e para as famílias.

A expectativa econômica da população de forma geral é a recuperação da atual crise econômica brasileira. Para que haja a geração de empregos nos vários setores econômicos, tais como: a siderurgia, na construção civil e a automobilística, deve haver também a expectativa nesses setores quanto ao aumento na produção, nas vendas, pois isso refletirá na geração de empregos.

O que é possível perceber nessa movimentação econômica é a busca por novos caminhos fora da “estabilidade” que o emprego pode proporcionar. O caminho que é buscado por muitos é o empreender e alguns se aventuram por esse caminho no intuito de sobressair e muitas vezes para sobreviver.

Segundo Passos (2008), em um relatório para a *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), no Brasil a cada 100 pessoas, 13 desenvolve alguma atividade empreendedora; essa taxa comparada a outros países desenvolve um papel importante no cenário mundial.

Segundo Mocelin *et. al.* (2017) o Brasil se destaca, quando comparado às outras potências mundiais tais como Estados Unidos, China, Alemanha, Índia e Itália, como um dos países com maior número de empreendedores no mundo. Em

2014, a taxa de empreendedorismo foi de 34,5% no Brasil, enquanto estes países respectivamente obtiveram medias de 20,8%, 17,1%, 10,5% 10,3% e 8,7%.

Isso significa que, em cada 100 brasileiros com idade entre 18 e 64 anos, pelo menos 34 estão, de determinado modo, envolvidos com alguma atividade empresarial – índice significativamente maior que os 21% registrados em 2002. Destaca-se, ainda, que a taxa de empreendedores iniciantes (17,2%) – aqueles que estão empreendendo há menos de 42 meses – representa praticamente a metade do total de empresários. Porém, deve-se registrar que ainda predomina estruturalmente no país o empreendedorismo informal (78%), em mercados muito explorados e com baixo potencial de geração de emprego e renda, reafirmando um diagnóstico de quase dez anos (MOCELIN *ET. AL*, 2017 p. 32).

Segundo Silvestre *et. al.* (2008, p. 14), “A imagem da situação atual dos empreendimentos brasileiros demonstra que a economia nacional se encontra ainda em estágio inicial de desenvolvimento no que concerne à sua capacidade de gerar empreendimentos inovadores”.

Nesse cenário percebe-se que o empreendedorismo tem sido utilizado para driblar a crise. Essa situação põe em risco empreendimentos que não são planejados e analisados dentro das perspectivas necessárias para implantá-lo. Isso pode contribuir para o seu insucesso e fracasso. Além disso, há fatores como a burocracia, a falta de preparo, as mudanças tecnológicas que podem influenciar nesse processo.

Segundo Chiavenato (2007), anualmente à *Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership* faz uma pesquisa para o GEM, em cerca de 29 países, afim de fazer uma comparação do nível empreendedor de cada povo.

O Brasil é o penúltimo colocado dentre os integrantes sul-americanos da pesquisa, ficando à frente apenas do Uruguai, que apresentou TEA de 12,21. Chama a atenção que Venezuela, Colômbia e Peru apresentaram taxas bastante elevadas: 20,16, 22,72 e 25,89, respectivamente. Ou seja, em média duas vezes mais elevada que a TEA brasileira (PASSOS, 2008, p. 27- 28).

De acordo com Passos (2008), o aumento de empreendedores por necessidade no Brasil em 2007 foi de aproximadamente 39%. Refere-se ao contingente de empreendedores que indicam razões de busca por oportunidades diferentes. Com isso há indicativos de que o Brasil é um país de empreendedores, muito acima da média mundial.

Dentro dessa perspectiva, optou-se por analisar alguns casos de sucesso do empreendedorismo, e foi escolhido três desses casos, que será citado nessa pesquisa.

No ramo de transporte farar-se-á referência a Nenê Constantine nascido em Minas Gerais em 1930, vindo de uma família humilde aos 18 anos de idade conseguiu comprar seu primeiro caminhão, com o qual criou sua empresa de transportes. O negócio cresceu e ele chegou a ser dono de uma das maiores empresas de ônibus do Brasil, a União. E aos 69 anos de idade junto com seu filho Constatine Jr fundou a Gol Linhas Aéreas.

Segundo Chiavenato (2007, p. 13), é uma das maiores empresas do Brasil.

AGol Transportes Aéreos é um caso recente de ímpeto empreendedor. Em uma decisão audaciosa, nasceu a primeira empresa aérea nacional a operar com o conceito de baixo custo e tarifa baixa (lowcost, low fare) aplicado em vários países. Trata-se de um mercado que não existia no Brasil. Em seu primeiro aniversário, a empresa chegou à marca de 2,25 milhões de passageiros transportados, com uma média de 90 passageiros por vôo — excelente ocupação para o tipo de aeronave que a empresa utiliza. A nova companhia conquistou aproximadamente 20% do mercado doméstico e já é a terceira maior do Brasil, batendo alguns recordes na história da aviação nacional.

Outra história de sucesso de empreendedores de brasileiros é a de Valentim Tramontina, filho de imigrantes italiano iniciou seu império que viria a se tornar o maior no segmento de ferramentas e utensílios no Brasil, no ano de 1911, na cidade de Carlos Barbosa/RS.

Valentim começou em uma pequena loja vendendo canivetes até meados de 1930, sua pequena loja modesta especializada em consertos e fabricação de canivetes e facas. Em 1932 a empresa Tramontina contrata seus primeiros funcionários que junto com Valentim Tramontina e sua esposa começam a história de uma das maiores empresas brasileira no ramo.

Outro caso de empreendedor de sucesso, segundo Lima(2019), Alexandre Costa, CEO e criador da empresa Cacau Show, à qual criou com 17 anos de idade, usando alguns conhecimentos adquiridos com a mãe que era vendedora domiciliar, em 1988 ele pegou uma encomenda de 2000 ovos de páscoa e com muita luta e

com muita dificuldade conseguiu entregar a encomenda na qual lhe deu mais motivação para continuar com o negócio. Em 1996 passou um tempo na Bélgica onde fez diversos cursos especializando na área de chocolate, o que fez com que sua mente se abrisse mais para o produto.

Em 2001 abriu a sua primeira loja, em Piracicaba, interior de São Paulo. Um ano depois a Cacau Show já tinha 18 pontos franquizados, garantindo um crescimento acelerado da rede, ao ponto de se tornar a maior empresa do ramo no Brasil. Em 2008 ela ainda conquistou o posto de maior rede de chocolates finos do mundo e dois anos depois atingiu a marca de 1000 lojas espalhadas pelo país (LIMA, 2019 s.p.).

Nesses casos nota-se que estes empreendedores todos têm algo em comum além do tino empreendedor, tiveram iniciativa de colocar em prática uma ideia de negócio, que é o diferencial na hora de começar um empreendimento, tiveram capacidade de elaborar e planejar antes de iniciar, perseverança, muita garra, força de vontade, além de autoconfiança eles tiveram o compromisso de assumir riscos para conseguir montar seus negócios e fazer suas marcas serem reconhecidas no mundo todo.

### 3 RESULTADOS DA PESQUISA

O município de Rubiataba-Go possui uma área territorial de 748,27 km<sup>2</sup> e está localizado na microrregião de Ceres. A população total do município é de 18.915 habitantes, sendo que 85,73% é urbana (Censo 2010). Assim como os demais municípios da microrregião de Ceres, apresenta taxas de crescimento demográficas muito baixas. O município de Rubiataba faz limite com Ceres, Ipiranga de Goiás, Itapaci, Morro Agudo de Goiás, Nova América, Nova Glória e São Patrício. Apresenta relevo plano e abundância no que confere aos recursos hídricos, com destaque aos rios São Patrício e Rio Novo.

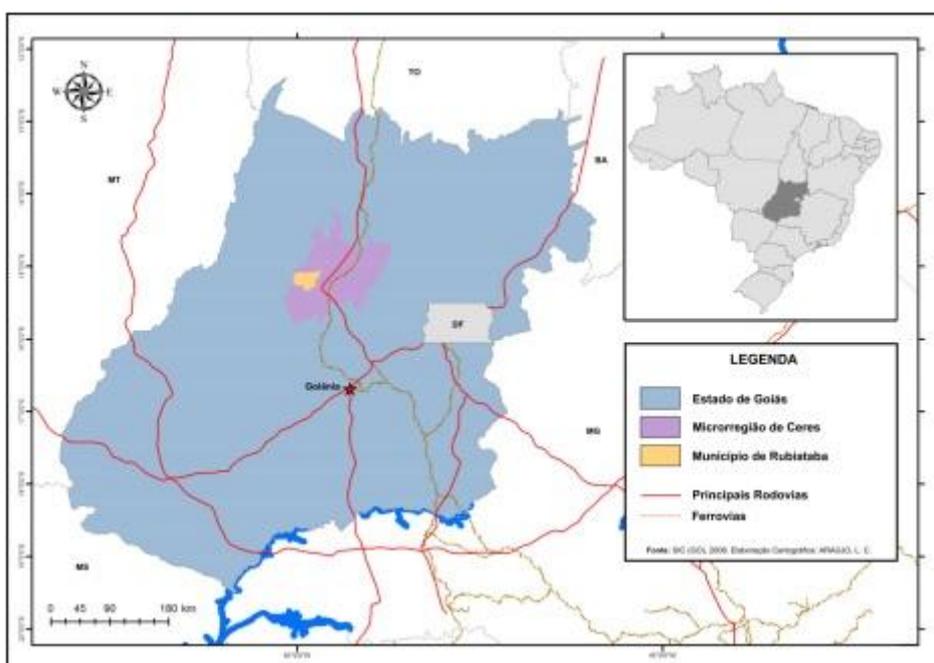


Figura 1: Mapa de localização de Rubiataba no estado de Goiás.

Nos últimos anos houve uma diminuição considerável no número de indústrias moveleiras que fecharam as portas. De acordo com as informações da Coletoria Municipal de Rubiataba, nos últimos dez anos foram encontrados nos arquivos 72 empresas no ramo moveleiro, e atualmente consta com 44 empresas, ou seja, uma diminuição de 32,48%. Entre as empresas que atuam nesse mercado alguns especializaram em colonial, outros em semicolonial, alguns migraram para o planejado e vem conseguindo se manter sólidos no mercado.

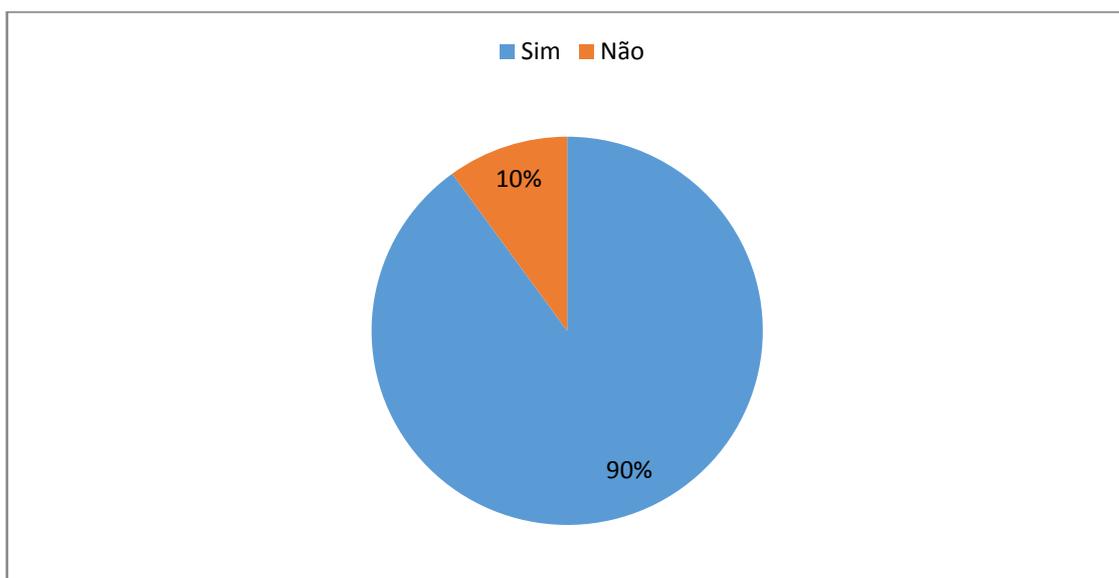
Segundo Augusto (2003), O polo moveleiro do estado de Goiás, como já foi conhecida a cidade de Rubiataba destacava pela exportação de móveis para mais de 8 estados brasileiros, que tinha mais de 65 indústrias de mini, pequeno e grande porte gerando mais de 1000 empregos diretos e 3000 indiretos.

No que se refere a Rubiataba, as empresas moveleiras são importantes para a geração de empregos - o que contribui para que a população não necessite migrar para outras cidades - e para a fixação de capital na cidade. Existe um grande potencial desse setor em Rubiataba, porém ainda prevalece desorganização e pouca cooperação do setor (ARAUJO, 2013 p. 202).

Diante destas questões é possível inferir que atualmente, Rubiataba não tem o mesmo destaque no setor moveleiro. Logo, algumas questões são inquietantes em relação a esse setor, as ideias e práticas relacionadas ao empreendedorismo, a efetivação do empreendedorismo e as dificuldades encontradas pelas empresas moveleiras.

Para contribuir nessa análise foi realizada a pesquisa de campo com uma amostra de 10 empresas, selecionados aleatoriamente. O pesquisador realizou a distribuição dos questionários e realizou a tabulação e análise dos dados, que serão demonstrados a seguir:

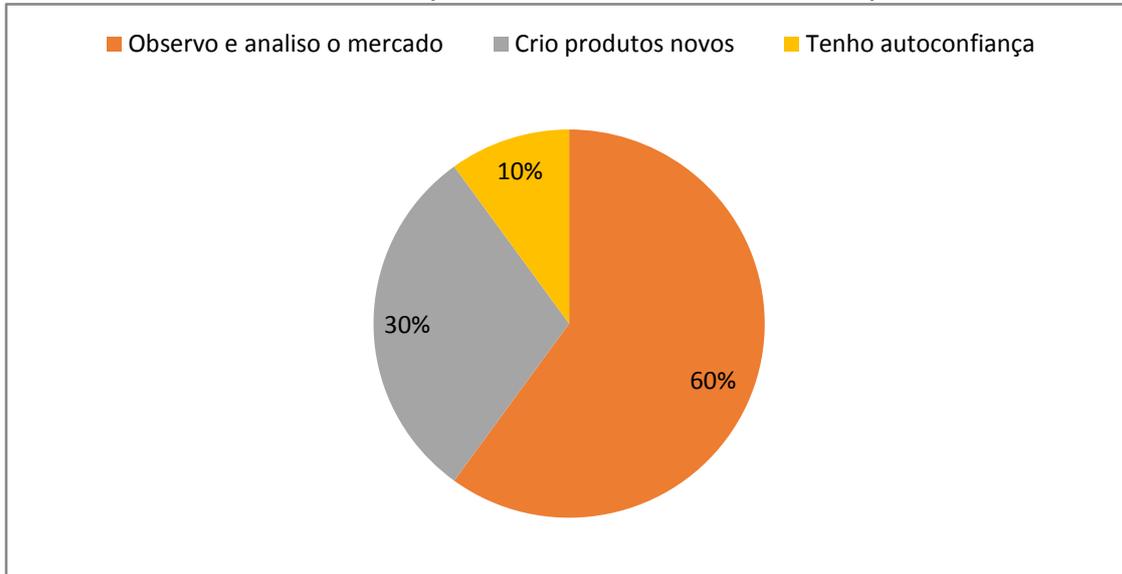
Gráfico 1: Você se considera um gestor empreendedor?



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

Neste gráfico entende-se que 90% dos gestores consideram-se como gestores empreendedores, e apenas 10% afirmaram que não se considera um gestor empreendedor.

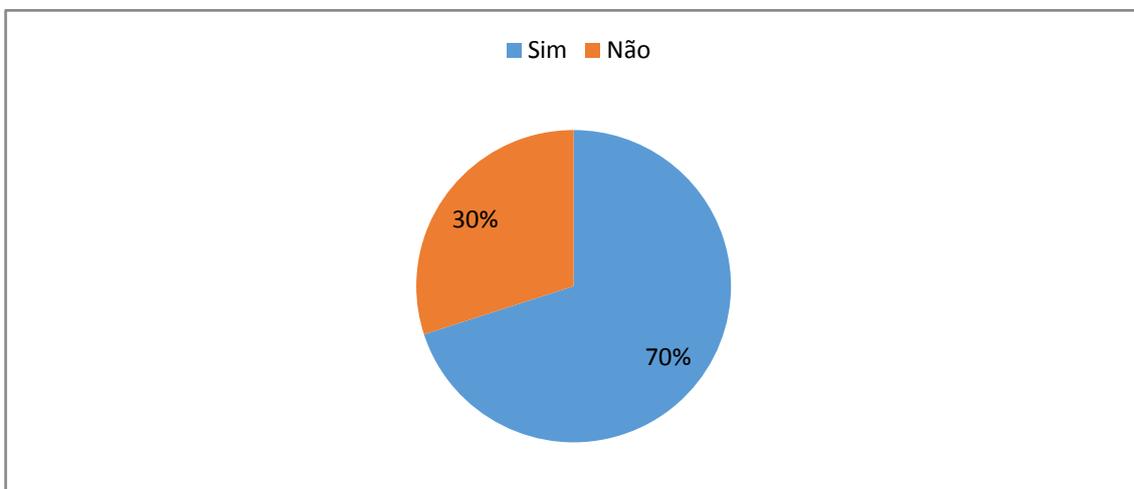
Gráfico 2: As características que você se identifica como empreendedor



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

Neste gráfico nota-se que 10% dos entrevistados disseram que observa e analisa o mercado, já 30% disseram que cria produtos novos e a maioria 60% que tem autoconfiança. Essas características foram identificadas no empreendedorismo como foi visto anteriormente.

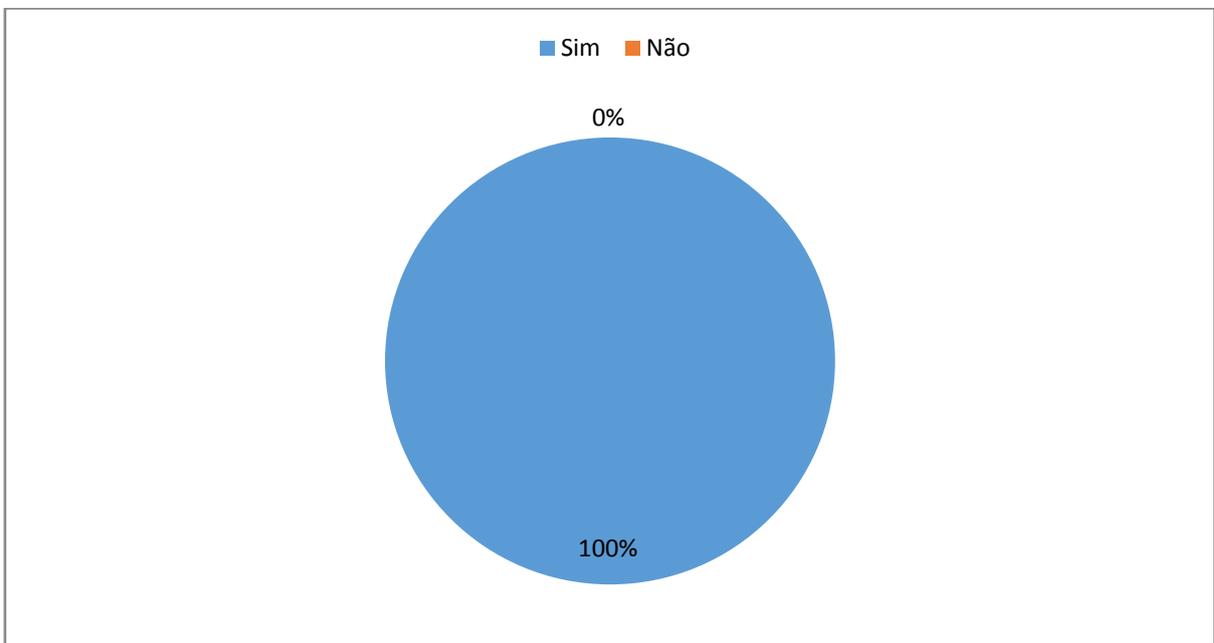
Gráfico 3: Já buscou algum conteúdo sobre empreendedorismo para auxiliar em alguma tomada de decisão dentro da empresa?



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

Neste Gráfico que representa a entrevista dos funcionários para saber se eles já buscaram no empreendedorismo algo para ajudar nas tomadas de decisão da empresa 70% dos entrevistados disseram que sim enquanto os outros 30% disseram não. Com isso é possível notar que a maioria dos funcionários tem comprometimento com a empresa e quer a ver ela crescer. Agora precisatrabalhar o restante dos empreendedores para que possam ver o que está faltando para que estes estejam satisfeitos e busquem melhores resultados para bem da empresa.

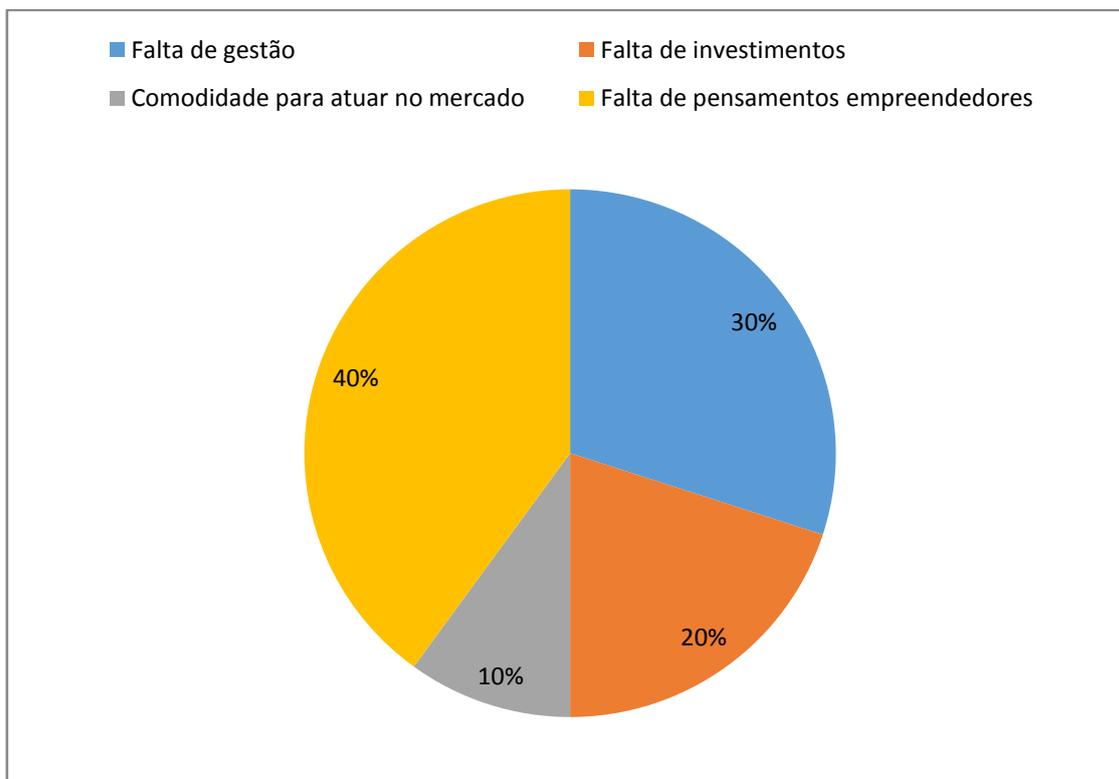
Gráfico 4: Você acredita no empreendedorismo como forma de inovação no mercado e em linhas de produção?



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

Neste gráfico os entrevistados foram unânimes em afirmar que acredita na inovação no mercado e nas linhas de produção através do empreendedorismo, isso nos remete a uma das características do empreender, que a busca por inovação.

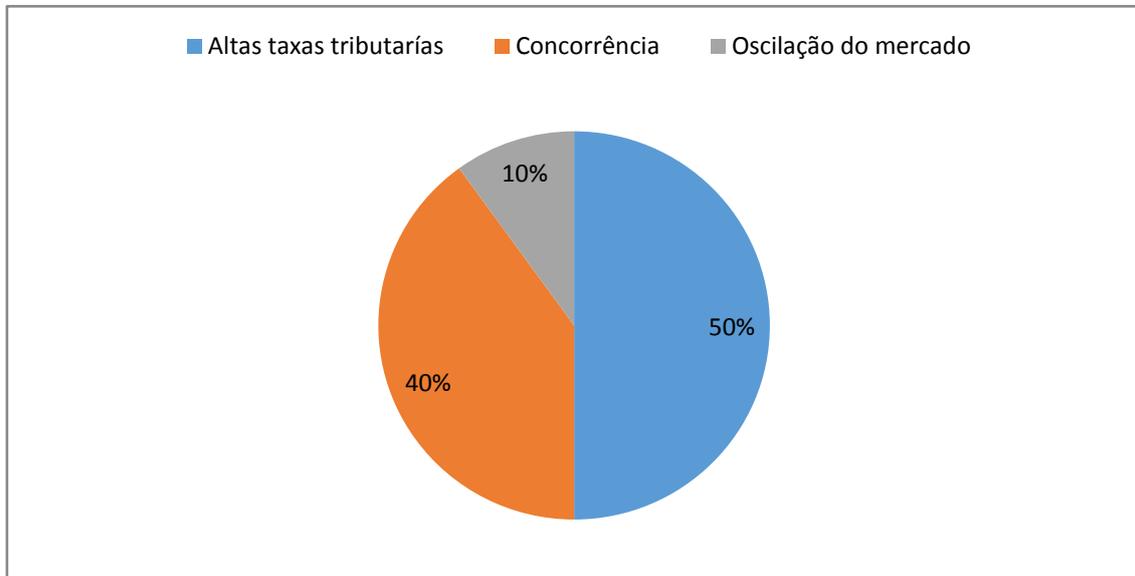
Gráfico 5: Em sua opinião, qual o principal motivo do fechamento de empresas moveleiras na cidade de Rubiataba-Go, nos últimos dez anos?



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

Quando perguntado sobre o fechamento das indústrias moveleiras, 10% disseram que os empresários se acomodaram e deixaram de atuar no mercado, 20% disseram que foi por falta de investimento, 30% disseram ser por falta de gestão e 40% disseram ser por falta de pensamentos empreendedores. Com estes dados podemos notar que muitos empresários fecharam a porta por falta de um gestor de qualidade, um empreendedor que soubesse analisar o mercado e então prever estas situações antes que estas os atingissem e então contornar a situação e se manter forte no mercado.

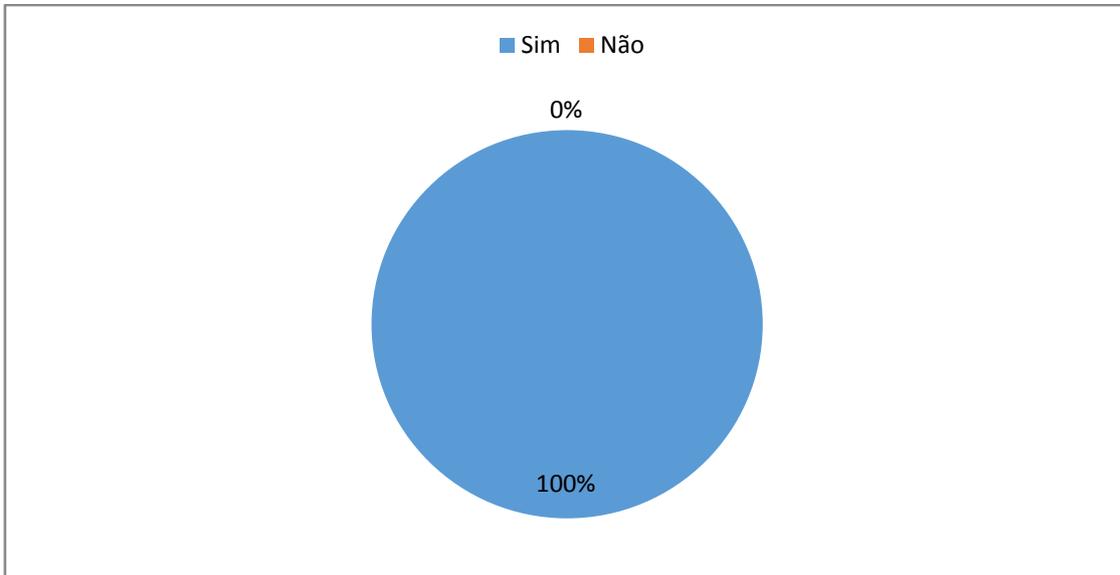
Gráfico 6: Qual a principal dificuldade encontrada para se manter no mercado moveleiro, na atualidade?



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

No Gráfico 6 quando foi perguntado sobre a maior dificuldade de se manter de portas abertas, 10% disseram ser pela a grande oscilação no mercado, enquanto 40% responderam que era por conta da grande concorrência no mercado e a maioria 50% disseram ser por conta das altas taxas tributárias. Por meio desta análise percebem-se as dificuldades encontradas pelo empreendedor como, a oscilação e concorrência no mercado e as altas taxas tributárias. A isso se pode relacionar a dificuldade que muitos empreendimentos encontram para sobressaírem.

Gráfico 7: Em sua opinião, é importante ter colaboradores com pensamentos empreendedores?



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

Quando foram questionados os gestores das empresas o que eles achavam sobre a importância de ter colaboradores com espírito empreendedor, 100% disseram que sim, pois o mercado é exigente não só para os líderes, mas para todos os colaboradores, lembrando que nos dias de hoje uma ideia de corredor na hora do lanche pode ditar o futuro da empresa.

Essas empresas que vem se firmando no mercado, todos seus gestores acompanharam as mudanças e conseguiram acompanhar para que seus negócios se mantivessem sólidos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou dados sobre empreendedores no Brasil e no mundo, correlacionando com a cidade de Rubiataba interior de Goiás e a situação das indústriasmoveleiras. A cidade que já foi conhecida como a capital moveleira do estado, e diante de várias crises quase 33% dessas indústrias fecharam as portas nos últimos 10 anos como apresenta a pesquisa.

Contribuiu para entender como funciona o empreendedorismo, e como grandes empreendedores podem ajudar no crescimento econômico de uma cidade e até mesmo de um país. Para isso não precisa ter nascido empreendedor, mas é preciso que tenha o espírito que busque inovar e que tenha garra para ser melhor e que cultive boas ideias. O Brasil apresenta-se como um berço rico para o empreendedorismo e que se destaca mundialmente quando comparado com outras grandes potências mundiais, terra rica de empreendedores. No entanto, os dados da pesquisa demonstram as dificuldades encontradas pelo empreendedor, tais como: a oscilação, a concorrência no mercado e as altas taxas tributárias.

Pode-se notar que além de um quadro bom de empreendedores também há necessidade de muitos intra-empreendedores que são aqueles colaboradores que fazem de tudo para que a empresa cresça e ganhe nome e solidez no mercado.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Leonardo de Castro. **Ateliê Geográfico** - Goiânia-GO, v. 7, n. 2, p.196-212, ago/2013.

AUGUSTO, Pedro. **EMENTA: INSTITUI O PÓLO MOVELEIRO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.** Disponível em: <http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/scpro0307.nsf/18c1dd68f96be3e7832566ec0018d833/ba2fd7be91f9b61283256fd2006c5800?OpenDocument>. Acesso em: 29/07/2019 às 17:52

\_\_\_\_\_. **PROJETO DE LEI Nº 2375/2005 EMENTA: Institui o Polo Moveleiro do Estado do Rio de Janeiro e dá outras Providencias.** Disponível em: <http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/scpro0307.nsf/18c1dd68f96be3e7832566ec0018d833/ba2fd7be91f9b61283256fd2006c5800?OpenDocument> Acesso em: 30/07/2019 às 18:32

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração.** 5 Ed. São Paulo: Makron Books, 1998.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio.** - 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2007.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 1 Ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial.** 1 Ed. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor.** 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando; FILION, Louis Jacques. **Boa Idéia! E Agora?: Plano de Negócio o Caminho Seguro Para Criar e Gerenciar Sua Empresa.** 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. - São Paulo:Atlas, 2002 176 P.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/rubiataba/panorama>. Acesso em: 14/08/2019 às 15:32.

LIMA, Presleyson. **A história de superação de Alexandre Costa, o dono da Cacau Show**. Publisher by Presleyson 22 de setembro de 2019 Disponível em: <https://presleyson.com.br/2019/09/22/a-historia-de-superacao-de-alexandre-costa-o-dono-da-cacau-show/> Acesso em: 24/09/2019 às 17:32

MOCELIN, D. G; AZAMBUJA L. R. **Empreendedorismo intensivo em conhecimento: elementos para uma agenda de pesquisas sobre a ação empreendedora no Brasil**. Dossiê em Sociologias, Porto Alegre, ano 19, nº 46, set/dez 2017, p. 30-75.

PASSOS, Carlos Arthur Krüger, FELIX, Júlio César; GRECO, Simara Maria de Souza Silveira; BASTOS Junior, Paulo Alberto; SILVESTRE, Rodrigo Gomes Marques; MACHADO, Joana Paula. 2008. **Empreendedorismo no Brasil**. 1 Ed. Curitiba: IBQP, 2008. GEM Brazil 2007 Report. Disponível em: <<https://www.gemconsrtium.org/download.asp?fid=672>> Acesso em 08/08/2019 às 19:23

ROCHA, Eurico. **A História do Dono da Tramontina** Disponível em: <https://www.ignicaodigital.com.br/a-historia-do-dono-da-tramontina/> Acesso em: 24/09/2019 às 17 horas.

SCHUMPETER, Joseph A. **The creative response in economic history**. *Journal of Economic History*, Nov. 1947. p. 149-159.

SEBRAE, Sergipe; **O caminho começa na educação empreendedora** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/se/artigos/o-caminho-comeca-na-educacaoempreendedora,ffa4922ab0fff510VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em: 12/09/2019 às 10:17

SILVESTRE, R. G. M. et al. **Empreendedorismo inovador: perfil atual do empreendedorismo brasileiro segundo o Global Entrepreneurship Monitor**. IN: PAROLIN, S. R. H.; VOLPATO, M. (Orgs.). Faces do empreendedorismo inovador. Curitiba: SENAI/SESI/IEL, 2008.