**FACULDADE PATOS DE MINAS**

**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**LAIANE BETÂNIA SOUSA SANTOS PERES**

**O PLANO DE NEGÓCIOS COMO RECURSO DO EMPREENDEDOR DA MODA FEMININA: uma revisão da literatura**

**PATOS DE MINAS**

**2015**

**LAIANE BETÂNIA SOUSA SANTOS PERES**

**O PLANO DE NEGÓCIOS COMO RECURSO DO EMPREENDEDOR DA MODA FEMININA: uma revisão da literatura**

Artigo apresentado à Faculdade Patos de Minas como requisito para conclusão do Curso de Administração.

Orientador: Prof. Esp. José Humberto Magela Camêlo.

**PATOS DE MINAS**

**2015**

**FICHA CATALOGRÁFICA (APÓS DEFESA)**

FACULDADE PATOS DE MINAS

LAIANE BETÂNIA SOUSA SANTO PERES

**O PLANO DE NEGÓCIOS COMO RECURSO DO EMPREENDEDOR DA MODA FEMININA: uma revisão da literatura**

Monografia aprovada em 04 de dezembro de 2015 pela comissão examinadora constituída pelos professores:

Orientador: Prof. Esp. José Humberto Magela Camêlo

Faculdade Patos de Minas

Examinador 1: André Augusto Locatelli

Faculdade Patos de Minas

Examinador 2: Unilson Gomes Soares

Faculdade Patos de Minas

**O PLANO DE NEGÓCIOS COMO RECURSO DO EMPREENDEDOR DA MODA FEMININA: uma revisão da literatura.**

Laiane Betânia Sousa Santo Peres[[1]](#footnote-1)\*

José Humberto Magela Camêlo \*\*

**RESUMO**

**Introdução:** Para abrir um novo empreendimento o maior desafio é lidar com a pressão dos números, dos clientes, de fornecedores, de concorrentes e funcionários, por isso é de extrema importância entender o conceito de administração para gerenciar com sucesso o novo negócio. O planejamento é indispensável para a organização obter êxito e nesse sentido o plano de negócios é uma ferramenta que orienta e deixa claro se o novo empreendimento terá ou não sucesso, antes de sair do papel, evitando assim possíveis erros. **Objetivo:** Apresentar a estrutura do plano de negócios e as características do empreendedor diante da perspectiva do mercado de vestuário de moda feminina, a partir de uma revisão da literatura. **Metodologia:** A metodologia do estudo é do tipo descritivo qualitativo de revisão bibliográfica na intencionalidade de atingir o objetivo proposto no estudo. Como fonte de pesquisa buscara referencial acerca da realidade fática do planejamento e empreendedorismo, em base de dadas da BVS, SCIELO, PUBMED e MEDLINE, no período compreendido de 2000 a 2015. Ao qual estará dividido em três partes: *Plano de Negócio; Estrutura do Plano de Negócio;* *As características do mercado e o empreendedorismo: a importância do sumário executivo*. **Consideração Final:** Elaborar um plano de negócio para a abertura de um novo empreendimento é uma ferramenta que possibilita a consulta de viabilidade do negócio.

**Palavras-chave:** Plano de Negócio. Empreendedorismo. Moda Feminina.

**ABSTRACT**

**Introduction:** A new development to open the Biggest challenge and deal with the pressure of numbers, Dos customers, suppliers, competitors and officials, SO and of utmost importance entender Administration Concept paragraph manage Success The New Business. Planning is essential for an organization Get Success and this Sense Business Plan and A que Tool guides and makes clear that the new venture will or No Success, Exit drops the paper, thus avoiding possible errors. **Objective:** To present the business plan structure and entrepreneurial characteristics at the prospect of women's fashion apparel market, from a literature review. **Methodology:** The methodology of the study is qualitative descriptive literature review on the intention to achieve the purpose of the study. As a reference source of research sought about the factual reality of planning and entrepreneurship, based holding the BVS, SciELO, PubMed and MEDLINE in the period from 2000 to 2015. To which will be divided into three parts: business plan; Business Plan structure; The characteristics of the market and entrepreneurship: the importance of the executive summary. **Final Consideration:** Develop a business plan for opening a new venture is a tool that enables business viability query.

**Keywords:** Business plan. Entrepreneurship. Women's Fashion .

1. **INTRODUÇÃO**

O desenvolvimento da economia e a melhoria do poder aquisitivo tem sido reflexo do maior poder de compra dos consumidores e de aumento dos padrões de exigência e customização das vendas, o que gera a oportunidade de novos negócios que visam atender demandas específicas, de forma personalizada.

“A inovação é arriscada, mas a não-inovação pode ser fatal.” (1)  
Sendo assim acompanhar esse mercado os gestores precisam se preparar para atender a esses consumidores, buscando alternativas inovadoras e certas.

Assim, é de vital importância que se trabalhe com planejamento, visando maximizar a qualidade de serviços e produtos ofertados, alcançando assim seus objetivos almejados e sua permanência em um mercado que se mostra cada vez mais competitivo.

O setor de roupas femininas é um mercado bastante competitivo, porém existe um leque enorme de oportunidade principalmente quando se trata de uma loja com perfil especifico e com atendimento personalizado, para que isso seja possível é necessário conhecer e entender os desejos e necessidades de seus consumidores a fim de atingir os seus interesses. Para melhor atender os seus consumidores o empreendedor deve ter mecanismos estratégicos e uma ampla visão para traçar estratégias destacando um plano de marketing que convença os seus clientes.

Assim para abertura de um novo empreendimento de negócio faz necessário o plano de negócios apresenta o que é necessário, se tornando uma ferramenta fundamental para a efetivação da empresa, tendo como finalidade descrever quais os objetivos do negócio, negociação de recursos financeiros e quais são os recursos necessários para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas, porém, o plano de negócios não garante cem por cento de eliminação dos riscos e fracassos, mas a certeza de que eliminará grandes possibilidades de erros por falta de um planejamento adequado.

O presente estudo tem como objetivo apresentar a estrutura do plano de negócios e as características do empreendedor diante da perspectiva do mercado de vestuário de moda feminina, a partir de uma revisão da literatura.

1. **METODOLOGIA**

O presente estudo é do tipo descritivo qualitativo de revisão bibliográfica na intencionalidade de atingir os objetivos propostos no estudo. Para o levantamento do referencial teórico utilizou os descritores: Plano de Negócio e Empreendedorismo, o que possibilitou o cruzamento das palavras, no período compreendido de 2000 a 2015, não deixando de considerar dados anteriores, destacando em que consistem, quais suas finalidades, como é utilizado e quais os benefícios decorrentes de sua utilização eficaz pelo mercado empreendedor.

Como fonte de pesquisa buscara referencial acerca da realidade fática do sistema ecológico do planeta, em base de dadas da BVS, SCIELO, PUBMED e MEDLINE. Ao qual estará dividido em três partes: Plano de Negócio; Estrutura do Plano de Negócio; As características do mercado e o empreendedorismo: a importância do sumário executivo.

**3. DESENVOLVIMENTO**

**3.1. PLANO DE NEGÓCIOS**

Plano de negócios do [inglês](http://pt.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADngua_inglesa) *Business Plan*, também chamado "plano empresarial", é um documento que descreve um negócio que se quer iniciar ou que já está iniciado. Ele estabelece as estratégias e ações que irão se realizar no futuro. Segundo Longenecker et al, “não existe definição correta para plano de negócios; afinal nenhum plano funcionará em todas as situações”(2). No entanto Dornelas esclarece que “quando se fala em empreendedorismo, remete-se naturalmente ao termo plano de negócios (business plan).” E também afirma que:

[...] o plano de negócios é a parte fundamental do processo empreendedor. Empreendedores precisam saber planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada ou em crescimento. A principal utilização do plano de negócios é a de prover as ferramenta de gestão para o planejamento e desenvolvimento inicial de uma startup (3).

Desse modo os autores nos levam *a entender que, o plano de negócio* tem uma importância fundamental para abertura de um empreendimento, é no plano de negócios que a organização conclui e traça os objetivos de onde quer chegar, e como chegar mais rápido, e consegue ter uma visão mais ampla das oportunidades do negócio. Podemos dizer que o plano de negócios é uma das mais importantes atividades para o empreendedor.

Para Dornelas “um negócio bem planejado terá mais chances de sucesso que aquele sem planejamento, na mesma igualdade de condições” (4). O plano de negócios é considerado um estudo prévio do negócio, é também um conceito novo para a grande maioria das pessoas que criam sua própria empresa, pois frequentemente, não existe um estudo prévio acerca do empreendimento. O conhecimento máximo é buscar informações generalizadas sobre a atividade e levantam-se os custos principais do investimento para o início das operações.

Portanto, pode-se dizer que o plano de negócios necessita de dados e informações resumidas a um empreendedor ou completos, visando os objetivos macros do empreendimento, investimentos, mercado, retorno sobre o investimento, dependendo do objetivo e necessidade de quem vai receber o documento. Deverá ter os dados claros, atualizados e precisos sobre a empresa, pois este estudo não é só elaborado com a intenção de obter algum crédito em banco ou agente financeiro, mas este deve ser o guia da própria empresa.

O plano de negócios pode ser: *Plano de Negócios Completo:*é utilizado quando se pleiteia uma grande quantidade de dinheiro, ou se necessita apresentar uma visão completa empreendedorismo. Pode variar de 15 a 40 páginas mais materiais anexo. *Plano de Negócios Resumido:* é utilizado quando se necessita apresentar algumas informações resumidas a um investidor, por exemplo, com o objetivo de chamar sua atenção para que ele lhe requisite um Plano de Negócios Completo. Devem mostrar os objetivos macros do empreendimento, investimentos, mercado, e retorno sobre o investimento e deverá focar as informações específicas requisitadas. Geralmente varia de 10 a 15 páginas. *Plano de Negócios Operacional:*é muito importante para ser utilizado internamente na empresa pelos diretores, gerentes e funcionários. É excelente para alinhar os esforços internos em direção aos objetivos estratégicos da organização. Seu tamanho pode ser variável e depende das necessidades específicas de cada empreendimento em termos de divulgação junto aos associados e colaboradores.

Quanto ao tamanho do plano de negócios, não existe uma quantidade exata de páginas, o que se recomenda é escrever o plano de negócios de acordo com as necessidades do público-alvo.

**3.2. A ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIO**

O Plano de Negócios é composto por várias seções que se relacionam e permitem um entendimento global do negócio de forma escrita e em poucas páginas. O padrão desenvolvido pelo SEBRAE foi definido com base em estudos e observação de Planos de Negócios de empresas reais. Assim, acredita-se que esta estrutura proposta está adequada ao propósito deste manual, que foca esse público alvo (5).

*Capa* - A capa, apesar de não parecer, é uma das partes mais importantes do Plano de Negócios, pois é a primeira coisa que é visualizada por quem lê o seu Plano de Negócios, devendo, portanto, ser feita de maneira limpa e com as informações necessárias e pertinentes.

*Sumário -*O Sumário deve conter o título de cada seção do Plano de Negócios e a página respectiva onde se encontra.

*Sumário Executivo -*O Sumário Executivo é a principal seção do seu Plano de Negócios. Através do Sumário Executivo é que o leitor decidirá se continua ou não a ler o seu Plano de Negócios. Portanto, deve ser escrito com muita atenção, revisado várias vezes e conter uma síntese das principais informações que constam em seu Plano de Negócios. Deve ainda ser dirigido ao público alvo do seu Plano de Negócios e explicitar qual o objetivo do Plano de Negócios em relação ao Leitor (ex.: requisição de financiamento junto a bancos, capital de risco, apresentação da empresa para potenciais parceiros ou clientes etc.). O Sumário Executivo deve ser a última seção a ser escrita, pois depende de todas as outras seções do plano para ser feita.

*Planejamento Estratégico do Negócio -* A seção de planejamento estratégico é onde você define os rumos de sua empresa, sua situação atual, suas metas e objetivos de negócio, bem como a descrição da visão e missão de sua empresa. É a base para o desenvolvimento e implantação das demais ações de sua empresa.

*Descrição da Empresa -* Nesta seção você deve descrever sua empresa, seu histórico, crescimento/faturamento dos últimos anos, sua razão social, impostos, estrutura organizacional, localização, parcerias, serviços terceirizados etc.

*Produtos e Serviços -* Nesta seção do seu Plano de Negócios você deve descrever quais são seus produtos e serviços, como são produzidos, ciclo de vida, fatores tecnológicos envolvidos, pesquisa e desenvolvimento, principais clientes atuais, se detém marca e/ ou patente de algum produto etc.

*Análise de Mercado -* Na seção de Análise de Mercado, você deverá mostrar que conhece muito bem o mercado consumidor do seu produto/serviço (através de pesquisas de mercado): como estão segmentados, as características do consumidor, análise da concorrência, a sua participação de mercado e a dos principais concorrentes, os riscos de negócio etc.

*Plano de Marketing -* O Plano de Marketing apresenta como você pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos aumentar a demanda. Deve abordar seus métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, projeção de vendas, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade.

*Plano Financeiro -* A seção de finanças deve apresentar em números todas as ações planejadas de sua empresa e as comprovações, através de projeções futuras (quanto precisa de capital, quando e com que produto), de sucesso do negócio. Deve conter itens como fluxo de caixa com horizonte de 3 (três) anos, balanço, ponto de equilíbrio, necessidades de investimento, lucratividade prevista, prazo de retorno sobre investimentos etc.

*Anexos -* Esta seção deve conter todas as informações que você julgar relevantes para o melhor entendimento de seu Plano de Negócios. Por isso, não tem um limite de páginas ou exigências a serem seguidas. A única informação que você não pode esquecer-se de incluir é a relação dos *curriculum vitae* dos sócios da empresa. Você poderá anexar ainda informações como fotos de produtos, plantas de localização, roteiro e resultados completos das pesquisas de mercado que você realizou material de divulgação de seu negócio, folders, catálogos, estatutos, contrato social da empresa, planilhas financeiras detalhadas etc.

**3.3. AS CARACTERÍSTICAS DO MERCADO E O EMPREEDEDORISMO: a importância do sumário executivo.**

O mercado é um espaço onde ocorre a relação entre pessoas e empresas e as empresas tem a oportunidade de aplicar as estratégias do mercado. Estas empresas não estão sozinhas, elas estabelecem em um ambiente o qual deve ser analisado antes de investir em um novo negócio. A análise de mercado pode ser dividida em macro ambiente ou microambientes, os quais vão influenciar direta ou indiretamente nas empresas.

O Macro ambiente é composto por variáveis que se envolvem entre si, como por exemplo, as variáveis econômicas, tecnológicas, legais, culturais, sociais, ecológicas e demográficas. Segundo Chiavenato, todas essas variáveis causam impactos em todas as empresas, por isso, também pode ser definido como ambiente geral. (6)

Segundo Salim *et all*, deve constar uma análise completa dos mercados, dos concorrentes, dos parceiros e das alianças estratégicas, dentro do possível segmentar e avaliar as formas de abordagem para cada um dos grupos de interesse. (7)

Dornelas diz que, primeiramente precisa-se identificar os cenários macroambiental e microambiental que afetam a empresa, para depois fazer uma análise da empresa, para identificar as oportunidades e ameaças que estão que estão no ambiente da organização (8).

Dessa forma, podemos dizer que os autores nos levam a entender que, microambiente são pontos positivos a organização e que está ligada a capacidade de atender aos seus consumidores.

O Sumario executivo é a principal seção do plano de negócios, e a última parte a ser escrita. Pois ele fornece uma visão geral do projeto, ele apresenta ao público alvo quais são os objetivos a serem apresentados, destacando os aspectos mais importantes, deve ser claro, revisado várias vezes e deve conter uma síntese do que será apresentado ao leitor.

[...] Primeiro o empreendedor deve descrever brevemente o conceito do negócio. Segundo quaisquer dados que sustentam a oportunidade desse empreendimento devem ser brevemente declarados. Por exemplo, devem ser mencionados tendências e crescimentos potencial do setor. [...] qual a estratégia de Marketing que será implementada e como ela difere das outras do mercado. [...] é importante que o empreendedor averigue e o que é relevante para o público alvo a quem o plano de negócios é direcionado. (9)

Entende-se que o sumário executivo é de extrema importância para o plano de negócios, pois segundo Dornelas “O sumário executivo é a principal seção do plano de negócios, deve apresentar uma síntese, preparando o leitor e atraindo para uma leitura com mais atenção e interesse” (10).

O empreendedorismo é um fenômeno Socioeconômico. É o processo no qual as pessoas iniciam e desenvolvem um negócio é conhecido como empreendedorismo. Esse conceito é muito importante e muito amplo, pois aborda vários aspectos, tendo como base a antecipação dos fatos e visão futura do negócio.

O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX. (11)

Derivado da língua francesa especificamente da palavra entrepreneur, o empreendedorismo está definitivamente adentrando o Brasil. Inicialmente tratado como uma característica inata, de um pequeno número de indivíduos, pela sociedade, o termo vem quebrando barreiras entre os anos 90 e início do século 21. Estes indivíduos dotados de ousadia e invejável apetite por auto realização são os chamados empreendedores (12).

Dentro desse mesmo contexto Hisrich e Peters, fixam que “ empreendedorismo é o processo de criar algo e assumir os riscos e as recompensas” (13) Fazem essa afirmação referindo ao empreendedorismo como processo dinâmico de criar mais riqueza. Dessa forma podemos dizer que empreender é e ser inovador, é ter iniciativa ou seja, Saber identificar oportunidades e transformá-las em realidade, calcular os riscos, é sair da área de sonho de desejo e partir para a ação.

**Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões** (14). Deste modo, entendemos que na visão dos autores, empreendedorismo é a envoltura das pessoas e processos que vai alterar as ideias e transforma-las em oportunidade e levar a gerar grandes negócios, capazes de criar mudanças tanto econômicas quanto sociais.

Empreender significa muito mais do que ter o seu próprio negócio, significa ter visões além das possibilidades aparentes, ser persistente, ousar, ver oportunidades no problema, tomar iniciativas, estabelecer parcerias.

A mortalidade das Empresas é muito alta e medidas simples e de bom senso podem evitar o fracasso (15). Entendemos que esse autor diz que, o empreendedor deve dar uma atenção a mais a essas mudanças e manter-se flexível as opiniões e estudar todos os ângulos relacionados ao seu empreendimento. Para ter o seu próprio negócio é necessário investir tempo e recursos financeiros, portanto, o empreendedor deve buscar conhecimentos antes de tomar qualquer decisão.

Características do perfil empreendedor para Drucker expressam **:**

Os empreendedores são pessoas que inovam. A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade. (16)

Entendemos que empreendedorismo são pessoas que com suas caraterísticas inovadora, não tem medos de arriscar que desenvolvem o cenário da organização refletindo para a sociedade, dando novas oportunidades de fundar um negócio e **ser patrão** de si mesmo, contudo, pode ser mais complicado do que se imagina. Não basta apenas ter uma boa ideia, é imprescindível que se entenda o mercado e manter-se atualizado, para que o negócio encontre chances de crescimento.

Para Sergio Diniz, consultor do Sebrae-SP, o empreendedorismo é um conjunto de comportamentos e hábitos. "Antigamente, imaginávamos que o **empreendedor**nascia empreendedor, mas hoje sabemos que as características de um **empresário de sucesso** podem ser adquiridas com capacitação adequada (17).

Concordo que pode nascer novos empreendedores em cursos de capacitações, mas acredito ser mais comum que surjam quando a base de criação seja empreendedora, que tem como espelho e a influência no cotidiano com outros empreendedores.

Para Dolabela “O empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, empreendedores nascem por influência do meio em que vivem. Pesquisas mostram que empreendedores, tem sempre um modelo, alguém que os influenciam”. (18)

“O empreendedor é influenciado diretamente pelo meio em que vive ou pela cultura, ou seja, a influência familiar em conjunto com o status social afeta diretamente de forma favorável ao potencial empreendedor.” (19)

Sobre essa teoria de influências, podemos dizer que o perfil empreendedor pode ser por influências de familiares, pela força e convivência, ou por espelhos e influências de atividade, como experiências no trabalho e nos estudos, ou influências criadas por cursos, feiras, congressos e demais atividades extracurriculares voltadas para o empreendedorismo.

Enfim, empreendedor é um ser otimista, que não apenas sonha ou vive de ilusão, é uma pessoa que gosta de explorar coisas novas, que sai de sua zona de conforto, é uma pessoa que lidera uma equipe e obtém os resultados através de outras pessoas.

**4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Conforme observado no trabalho é de grande importância elaborar um plano de negócio para a abertura de um novo empreendimento, sendo que é uma ferramenta que permite o empreendedor tirar a ideia do papel e consultar a sua viabilidade, conhecendo os possíveis erros ao invés de cometê-los.

O desenvolvimento do trabalho contribuiu para conhecimento diante das áreas que formam um plano de negócios para utilização deste recurso. Espera-se que esse trabalho possa contribuir para pesquisa de empreendedores que deseja iniciar ou revalidar o seu negócio na moda feminina. Sendo assim o objetivo foi alcançado, qual seja, apresentar um plano de negócios.

**REFERÊNCIAS**

1 - KOTLER, Philip. **Marketing para século XXI:**Como criar, Conquistar e Dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.

2 - LONGENECKER, Justin G. Et Al. **Administração de pequenas empresas.**Sao Paulo: Cengage Learning, 2011.

3 - DORNELAS, Prof. Dr. José. **Entendendo a finalidade e a eficácia do plano de negócios.**Disponível em: <http://www.josedornelas.com.br/.../Artigos-Científicos-Entendendo-a-finalidad...>. Acesso em: 08 abr. 2015.

4 - DORNELAS, José Carlos Assis; EMPREENDEDORISMO. **Transformando idéias em negocios.**Rio de Janeiro: Campus, 2005.

5 - SEBRAE. **Estrutura de plano de negócios.**Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=Estrutura de plano de negócios>. Acesso em: 08 abr. 2015.

6 - CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas; um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio.**3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. 281 p.

7 - SALIM, César Simões et al. **Construindo Plano de Negócios.**3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.  
  
8 - DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo. Transformando Ideia em negócios.**6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

9 - HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo.**5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.  
  
10 - \_\_\_\_\_ **Empreendedorismo. Transformando Ideia em negócios.**2.. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

11 - TIMMONS, J.A., SMOLLEN, L.E., DINGEE, L.M. New Venture Creation: Entrepreneurship in the 1990s. Homewood, Illinois: Irwin. 1990. Apud DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

12 - CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.**4. ed. Baroeri: Manole, 2012. 315 p

13 - HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo.**5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. 29 p.

14 - **O PLANEJAMENTO DO SEU SISTEMA DE APRENDIZAGEM EMPRESARIAL.**São Paulo: Rae – Revista de Administração de Empresas., 1991. FILION Louis Jacques.

15 - CABRAL, Ethel Scliar. **Conquistando a liberdade.**Florianópolis, Sc: Senai-dr/sc, 1998. 89 p. (Negócios e empreendimentos. Educação a distância, 1).

16 - DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor

(entrepreneurship): prática e princípios 6ª ed./Peter F. Drucker; tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.

17 - SEBRAE. **O que é ser empreendedor.**Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/O-que-é-ser-empreendedor>. Acesso em: 25 mar. 2015.  
  
18 - DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza.**São Paulo: Gmt Editores Ltda, 1999. 36 p. Disponível em: <http://www.martinsfontespaulista.com.br/anexos/produtos/capitulos/535380.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2015.  
  
19 - PADILHA, Ana Cláudia Machado et al. **O Perfil Do Empreendedor Social Em Instituições Do Terceiro Setor.** Disponível em: Acesso em 15 de maio de 2012. *Lordkipanidze, Han e Backman (2005, apud PADILHA et al. 2009)*.

1. \*Aluna do Curso de Administração da Faculdade Patos de Minas (FPM). layanessp@hotmail.com.

   \*\*Professor de Estratégia Empresarial no curso de Administração da Faculdade Patos de Minas. josehur@bol.com.br [↑](#footnote-ref-1)