



## SOLUÇÕES E CAPACITAÇÕES EMPREENDEDORAS PARA O COMÉRCIO: EMPREENDENDO COM EMPREENDEDORES

*ENTREPRENEURIAL SOLUTIONS AND CAPACITIES FOR THE COMMERCE:  
UNDERTAKING WITH ENTREPRENEURS*

Janaina Ferreira Marques de Melo<sup>1</sup> Vorster Queiroga Alves<sup>2</sup> Geovani de Almeida Santos<sup>3</sup>

### RESUMO

O projeto de extensão “Capacitação Profissional para Microempreendedores” (CPMEI) objetiva fornecer educação continuada por meio de consultoria e capacitação profissional nas áreas vinculadas ao empreendedorismo. Em 2016, foram atendidos três empreendedores do comércio, um do ramo de calçados, outro de vestuário e outro um pensionato. A metodologia adotada consistiu na visita in loco aos empreendimentos e reuniões dos membros do projeto, utilizando a técnica de brainstorming, no intuito de gerar ideias de melhoria. Os professores orientaram os extensionistas, e estes, desenvolveram capacitações e consultorias para os empreendedores. Todos os empreendedores apresentaram problemas no controle financeiro, manutenção dos estoques e layout inapropriado. As principais ações para os empreendedores foram: novas logomarcas, reorganização do layout das instalações, cardápio para o restaurante, panfletos e propaganda nas redes sociais. Foram realizadas capacitações sobre gestão financeira e estratégia de vendas pelas redes sociais. Concluiu-se que essas experiências fomentaram bastante conhecimento para os extensionistas, bem como para os que foram atendidos, contribuindo para a educação e cultura empreendedora.

**Palavras-chave:** Comércio. Controle financeiro. Marketing. Empreendedorismo

<sup>1</sup>Janaina Ferreira Marques de Melo - Mestre em Engenharia de Produção, Especialista em Auditoria, MBA em Gestão Empreendedorismo e Inovação, Bacharel em Ciências Contábeis. Professora Adjunto I da Universidade Federal de Campina Grande. E-mail: janainafmmelo@gmail.com; <sup>2</sup>Vorster Queiroga Alves - Mestre em Administração. Professor Adjunto I da Universidade Federal de Campina Grande. Professor orientador do Projeto de Extensão Capacitação Profissional para Microempreendedores Individuais (CPMEI) na Universidade Federal de Campina Grande. E-mail: vorster.queiroga@gmail.com; <sup>3</sup>Geovani de Almeida Santos - Graduando do curso de Administração de Empresas. Extensionista voluntário do projeto Capacitação Profissional para Microempreendedores Individuais (CPMEI) na Universidade Federal de Campina Grande. E-mail: geo18vani@gmail.com

## ABSTRACT

The extension project “Professional Training for Microentrepreneurs” (CPMEI) aims to provide continuing education through consultancy and professional training in areas related to entrepreneurship. In 2016, three entrepreneurs of the commerce were attended, one of the branch of footwear, another one of clothing and another one hostel. The methodology adopted consisted in the on-site visit to the projects and meetings of the members of the project, using the technique of brainstorming, in order to generate ideas for improvement. The teachers oriented the extensionists, and these, developed capacities and consultancies for the entrepreneurs. All the entrepreneurs presented problems in financial control, inventory maintenance and inappropriate layout. The main actions for the entrepreneurs were: new logos, reorganization of the layouts of the facilities, menu for the restaurant, pamphlets and propaganda in the social networks. Training was conducted on financial management and sales strategy for social networks. It was concluded that these experiences fostered a lot of knowledge for extensionists, as well as for those who were assisted, contributing to education and entrepreneurial culture.

**Keywords:** Trade. Financial control. Marketing. Entrepreneurship.

## INTRODUÇÃO

O projeto de extensão “Capacitação Profissional para Microempreendedores” (CPMEI) busca fornecer, ao público alvo assistido, educação continuada por meio de orientação, consultoria e capacitação profissional, relacionada às áreas vinculadas ao empreendedorismo e gestão contábil financeira.

Luciano (2009) enfatiza que ter uma atividade empreendedora é demonstrar algumas atitudes específicas que caracterizam o perfil do empreendedor e, logo, concebe-se que o portador do perfil empreendedor é aquela pessoa capaz de identificar oportunidades, que é visionária, vendo além do que a maioria das pessoas vê. Perseguindo firmemente seu propósito, contagiando as pessoas à sua volta com seus ideais e que está disposta a assumir riscos. Ensinar a empreender é possível, mas o segredo de aprender a empreender depende exclusivamente do candidato a empreendedor.

Desde o ano de 2010, o projeto vem contribuindo para a formação profissional dos discentes nos cursos de ciências contábeis e administração da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), do campus de Sousa-PB. As ações extensionistas atendem as diretrizes de competências e habilidades para os

egressos, preconizadas em seus projetos pedagógicos, conforme o Projeto Pedagógico do Curso de Administração – PPC (2010) e o Projeto de Adaptação do PPC do Curso de Graduação em Ciências Contábeis (2014) do CCJS/ UFCG.

No PPC do curso de Administração (2010) são apresentadas quatorze diretrizes para formação das competências e habilidades do egresso, onde se observa a relevância das atividades de extensão, principalmente deste projeto, visto que este se relaciona com a sociedade e fortalece a formação do aluno com base na formação do conhecimento, interação com a sociedade, liderança, consultoria técnica na área (empreendedorismo), dentre outras competências e habilidades previstas. Ainda segundo o PPC, a extensão subsidia o desenvolvimento de habilidades técnicas, culturais, sociais e políticas a fim de consolidar o perfil desejado para o curso de administração.

No novo PPC do curso de Ciências Contábeis, aprovado em 2014, explana-se a nova proposta de integração das atividades de ensino, pesquisa e extensão da universidade pública, pautando os princípios éticos, inserindo o sujeito humano, no seu contexto, no sentido de compreensão e intervenção sustentável da problemática social. É descrito o perfil do egresso como um profissional crítico, e, acima de tudo, ético, dotado de conhecimentos inter e multidisciplinares, sendo capacitado a compreender o cenário social, político, econômico e cultural em âmbito nacional e internacional, viabilizando sua inserção em uma sociedade globalizada, com constantes alterações no campo de atuação profissional.

Este trabalho descreve as principais ações empreendedoras do projeto de extensão com três empreendimentos do comércio, sendo um no setor de vestuário, um de calçados e outro um pensionato.

O intuito do projeto foi descrever e dar apoio aos empreendedores, podendo ser a porta de acesso a outros benefícios, como a melhoria da escolaridade e da qualificação profissional, o desenvolvimento sustentável, a integração com a sociedade e no exercício da cidadania, elevação da autoestima e reinserção social, sendo, uma troca de saberes entre empreendedores e extensionistas, essencial para o crescimento pessoal e formação profissional de todos os envolvidos. O foco do projeto CPMEI é atuar nas áreas vinculadas ao empreendedorismo.

O empreendedorismo é considerado pelos especialistas como vital para o sucesso profissional, pois considera o desenvolvimento e aperfeiçoamento de atitudes importantes para a gestão de ações perante as incertezas do cenário atual (DORNELAS, 2008).

Neste sentido, além do planejamento financeiro, precisa-se analisar todo o planejamento estratégico. Este é um processo dinâmico, através do qual são de-

finidos caminhos que a empresa deverá trilhar por meio de um comportamento proativo, levando em conta a análise do seu ambiente e em consonância com a sua razão de existir, a fim de construir o seu futuro desejado (LOBATO, 2000, p.68).

O planejamento em uma organização é um processo relevante que enfatiza a sobrevivência e deve ser considerado um motivo de preocupação para os empreendedores. Neste sentido, Alday (2000) alerta na necessidade de haver um trabalho de conscientização da importância do planejamento para as empresas em cursos de empreendedorismo nas universidades, em incubadoras ou em parceria com o SEBRAE, como uma forma de despertar o interesse dos empreendedores.

## METODOLOGIA

Na metodologia proposta em primeiro momento, foi realizada uma pesquisa exploratória, por meio de visitas técnicas e presenciais, no intuito de conhecer a realidade do público alvo e levantar informações para realizar o planejamento das capacitações direcionadas a necessidade individual dos estabelecimentos.

Em segundo momento, no desenvolvimento do projeto, foram estruturados e realizados treinamentos e cursos, bem como acompanhamento dos estabelecimentos assistidos. Deste modo, os professores orientadores necessitaram acompanhar e procurar atender as necessidades dos colaboradores (parceiros) e dos assistidos para direcionar e orientar os discentes envolvidos na execução de suas atividades.

Após cada visita aos empreendimentos eram realizadas reuniões periódicas na UFCG (salas de aula do Campus Centro). Deste modo, para a coleta de informações dos empreendimentos que foram baseadas em duas fases:

I. Pesquisa nas necessidades dos colaboradores e assistidos: visita técnica para levantamento de informações para tomar como base para as capacitações.

II. Pesquisa exploratória (pesquisa de mercado) para aprimorar a consultoria, bem como avaliar as ações por meio de reuniões.

Essas ações foram realizadas por meio da visita, observação do empreendimento e entendimento de suas necessidades, anotando as possíveis ações a serem adotadas, realizando posteriores discussões em grupo e reuniões. Com o desenvolvimento das atividades do projeto e novas metas traçadas e alcançadas, houve um aprimoramento da metodologia para se traçar propostas, estudos de mercado, novas capacitações e consultorias específicas.

Com base nas visitas e nas observações e necessidades do público assistido traçou-se as principais necessidades e problemas, para que posteriormente fossem discutidas as possíveis soluções. Deste modo, o modus operandi da equipe foi realizado por meio de uma reunião, na UFCG, após cada visita aos empreendimentos, no intuito de discutir as primeiras impressões e sugestões para melhorias, usando a técnica de Brainstorming.

Segundo Boy (1997), o Brainstorming é uma técnica de recolha de informação muito utilizada na investigação em Ciências Sociais e Humanas, com o objetivo de explorar novas ideias sobre um tema ou alternativas de solução para problemas das mais diversas índoles, sejam em organizações, empresas, negócios, etc. Esta técnica revela mais potencial na medida em que as interações no grupo fazem despolarizar mais ideias do que as obtidas individualmente.

A técnica aplicada foi da seguinte forma: foram detectados os problemas e necessidades dos empreendimentos, seja pela observação ou relato dos empreendedores. Anotada essa demanda, toda a equipe que realizou a visita pôde fornecer uma “avalanche” de ideias para a solução da situação problema. Estas foram anotadas e, em seguida, discutidas, verificando a viabilidade destas, para posteriormente delegar funções aos membros da equipe no intuito de realizar pesquisas de mercado e estudos mais profundos adaptados a realidade da associação.

Para o alcance e viabilidade das sugestões apresentadas, foram realizadas atividades de pesquisa, divididas pela equipe, constituindo estudos de mercado e elaboração de Planos de Marketing e Planejamento Financeiros específicos para cada empreendimento, intuito de solucionar os problemas e apresentar propostas dentro da realidade vivenciada pelos empreendedores.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Tratando-se do empreendimento do comércio de calçados, foi realizada uma reunião entre os integrantes do projeto e logo em seguida uma visita a loja de calçados, aqui denominado de empreendimento A, situada no centro do município de Sousa-PB. Realizaram-se perguntas e foi pedido autorização para fotografar o estabelecimento onde foram investigados os seguintes aspectos: placa; disposição dos produtos/vitrine; estoque- analisar; investigação sobre como é feito o preço de venda; investigação sobre os custos do produto- nota fiscal, controle etc.; verificação como é feito contas a pagar e receber; marketing: preço, promoção e publicidade; e, verificação se há controle financeiro: controle de caixa.

No desenvolvimento da entrevista, uma das sócias do Empreendimento A, relatou que o preço de vendas é calculado de forma aleatória, não levando em

consideração os custos de cada produto, como também os custos fixos do empreendimento.

**Foto 1:** Visita a loja do Empreendimento A.



**Fonte:** Autores.

A sócia mencionou ainda que os custos fixos ficam em torno de R\$ 1.000,00 (mil) por mês, considerando que eles não possuem pró-labore, e que o rendimento médio mensal é de R\$ 5.000,00 (cinco mil) nos meses festivos e/ou comemorativos e de R\$ 2.000,00 (dois mil) nos meses de baixa temporada no comércio.

Apesar deste rendimento, os empreendedores não conseguem ter controle financeiro do capital da empresa, necessitando investir capital próprio para compra de novos produtos. O segundo sócio declarou que sua prioridade é atrair clientes e por isso coloca um preço baixo nos produtos. Observou que esse preço é bem mais abaixo do que a concorrência (muitas vezes não obtendo o lucro viável).

Outro aspecto é a falta de iniciativa em divulgar ou promover o empreendimento. Com a continuação do diálogo, sugeriu-se à empreendedora que seja feita uma planilha com entrada e saída do capital, assim como das mercadorias. Outra sugestão é a possibilidade de participarem das oficinas de capacitação do Projeto para um aprimoramento nos aspectos gerenciais do negócio.

Após a primeira visita, ocorreu uma primeira reunião onde foi sugerido o aperfeiçoamento da placa externa, que possui pouca visibilidade. Outro ponto

importante sugerido foi a utilização de um livro caixa diário, para obtenção de um maior controle financeiro diária, uma tabela de controle de contas a pagar e a receber, na forma de planilha eletrônica ou em papel, devendo essas informações serem repassadas para o contador, por não se saber o que foi recebido à vista ou a prazo, havendo um registro equivocado do livro caixa.

Um grande problema detectado foi a disponibilidade de parcelamento em até 10 vezes na promissória ou cartão. Neste caso, sugeriu-se o parcelamento no cartão em até seis vezes e na nota promissória em até três vezes. Não é com um preço muito abaixo e várias parcelas que vão conseguir equilibrar seu capital de giro, mas sim, com o controle diário de entradas e saídas de mercadorias (quantidade, tamanho, cor, marca e preço) e o investimento em divulgação, que pode ser por meio das redes sociais. Discutiu-se também que não há necessidade de baixar os preços dos seus produtos. Não há necessidade de girar tanto o estoque como eles almejam. A empresa é nova e precisa de um tempo para a estabilidade.

A vitrine também precisa ser alterada (Foto 2), sendo observada a necessidade de deixar o lado esquerdo da vitrine mais visível (quem está passando na rua, não vê). Como não tem funcionários e raramente os dois empreendedores geralmente se revezam no dia a dia no atendimento na loja, sugeriu-se não colocar o par de sapatos de mesma numeração na vitrine para prevenir furtos.

**Foto 2:** Fachada do Empreendimento A.



**Fonte:** Autores.

Todas essas sugestões foram compiladas em uma apresentação e apresentada para os dois empreendedores. Foi fornecida também a oficina “Divulgando seu negócio no Facebook e Instagram”. Percebeu-se que o segundo sócio é mais



resistente às mudanças, diferente da outra sócia que concordou com tudo o que foi discutido.

Continuando com as atividades do projeto, foi realizada mais uma visita em um empreendimento. Desta vez foi no município de Patos- PB no Empreendimento B, uma loja que fabrica e vende roupas femininas.

Percebeu-se que o empreendimento necessita de muitas mudanças como: troca da fachada da loja, criação de etiquetas personalizadas, divulgação da loja nas redes sociais e outros canais de marketing. Foi sugerido também mudar a logomarca da empresa. Percebeu-se também que o empreendimento não tem controle financeiro, nem controle de estoque organizado, embora tenha bom espaço físico, mas ainda mal utilizado, necessitando de melhoras no layout da loja e arranjo físico, além de possuir uma fachada que não atrai a atenção dos clientes.

Para discutir melhorias no Empreendimento B, realizou-se uma reunião entre os extensionistas do projeto a fim de avaliar as propostas de melhoria, cuja metodologia utilizada no encontro foi roda de conversa, onde cada presente no encontro teve oportunidade de dar sua opinião. Mas, devido à falta de informações mais detalhadas sobre a parte financeira do empreendimento ficou-se limitado a encontrar soluções viáveis para o negócio.

Foram ministradas algumas oficinas para as proprietárias do Empreendimento B, envolvendo Empreendedorismo, Marketing, controle financeiro e de estoque; e, como divulgar os seus produtos e serviços pelas redes sociais. Foram sugeridas mudanças no empreendimento como: alterações no layout da loja, elaboração de uma etiqueta, ambientação do empreendimento e a logomarca.

A proprietária relatou que a necessidade mais urgente era de ações de marketing, pois acreditava que não estava aplicando corretamente as ações em sua loja, principalmente na parte de como vender seu produto em redes sociais, apesar da empreendedora já ter criado uma página no Facebook e movimentar ações de divulgação no perfil da loja.

No momento da consultoria, a loja estava em reforma, fato este que alegrou a equipe, tendo em vista que coincidiram as sugestões dadas pela equipe de Marketing do CPMEI com o que a empreendedora tinha em mente. Além disso, foi apresentado também três novos modelos de logomarca, onde a empreendedora já escolheu a que mais se identificou. Contudo ela relatou que pensa em mudar o nome atual bem como ampliar o seu público-alvo (masculino e feminino), pois atualmente trabalha só com feminino. A fachada atual do Empreendimento B pode ser visualizada na Foto 3.



**Foto 3:** Fachada atual do Empreendimento B.

**Fonte:** Autores.

De início a mãe da proprietária, que é sócia com a filha e produtora das peças, mostrou-se não muito aberta às críticas, mas depois da discussão sobre onde as sócias desejam para sua loja, elas relatou que algumas das sugestões dadas eram exatamente que ela sempre quis mudar em sua loja.

Uma das empresárias explicou que há pouco tempo começou a separar o capital da empresa do capital pessoal e já notou a diferença no controle financeiro. Discutiu-se sobre o crescimento e estabilidade financeira do empreendimento por meio do planejamento e controle; a necessidade de equilibrar o orçamento (receitas maiores que despesas); além de frisar a importância do registro das entradas e saídas em planilhas de orçamento empresarial e familiar; livro caixa, exemplificado em exercício prático que era acompanhado pela empreendedora passo a passo.

A proprietária do Empreendimento B informou que tinha planos em adquirir futuramente um ponto comercial próprio, para diminuir suas despesas, se livrando do aluguel e ressaltou a importância de se fazer uma poupança para eventuais necessidades e emergências.

Continuando as ações de extensão, outro empreendimento assistido foi um pensionato, onde primeiro foi realizada uma reunião com a proprietária do Empreendimento C, que fica localizado no centro da cidade de Sousa-PB.

A proprietária do pensionato estava em meio a dificuldades financeiras ocasionadas pela pouca quantidade de clientes hospedados em sua pensão. Ela

fornece as três refeições, além de prestar serviço de lavagem de roupa, oferecendo hospedagem 24 horas por dia. O tempo que cada hóspede fica no pensionato é combinado com a mesma, e esse seria um dos problemas enfrentados, pois em relatos da mesma, os hóspedes querem ficar cada vez menos tempo, sem falar que os poucos que estão hospedados muitas vezes não respeitam as regras do pensionato, querendo chegar muito tarde, ingerir bebidas alcoólicas dentro do estabelecimento, dentre outros problemas.

Cada um dos extensionistas presentes tiveram a oportunidade de compartilhar com toda a experiência relatada pela proprietária do pensionato e puderam expressar suas opiniões e comentários. Durante a visita que foi realizada em outro dia no estabelecimento, a proprietária relatou que possui altos custos para manter o funcionamento do seu pensionato, com um aluguel de R\$1.000,00 (hum mil reais) por mês, gastos com alimentação e produtos de limpeza para manter sempre o pensionato limpo e organizado, sem falar que ela também lava as roupas dos hóspedes.

Tendo em vista todos esses custos, a proprietária informou que o preço cobrado pela hospedagem em seu pensionato custa a partir de R\$ 700,00 (setecentos reais) mensais, preço consideravelmente baixo para tanto serviço prestado.

Após o entendimento da realidade, uma das sugestões explanadas para o pensionato foi a de investir mais no segmento de alimentação, passando a fornecer almoço como em um restaurante e marmitas para consumo domiciliar. O esforço da proprietária seria reduzido pela metade (ou mais), e o lucro seria bem maior do que o apresentado com os serviços prestados. Ela já fornece para algumas pessoas o almoço e quando solicitado, café da manhã e jantar. Deste modo, a proprietária aceitou a ideia, ficando bastante animada, pretendendo dar seguimento aos planos apresentados.

Foi constatado que a carência de clientes se deve ao fato de o pensionato fazer parte de um mercado com pouca demanda na cidade de Sousa/PB, onde as pessoas optam por morar em casas ou apartamentos. Outro agravante é o pouco investimento em divulgação do estabelecimento e seus serviços. Suas instalações são ótimas e está localizado em um ponto privilegiado da cidade (centro), próximo a bancos, supermercados, lojas, dentre outros.

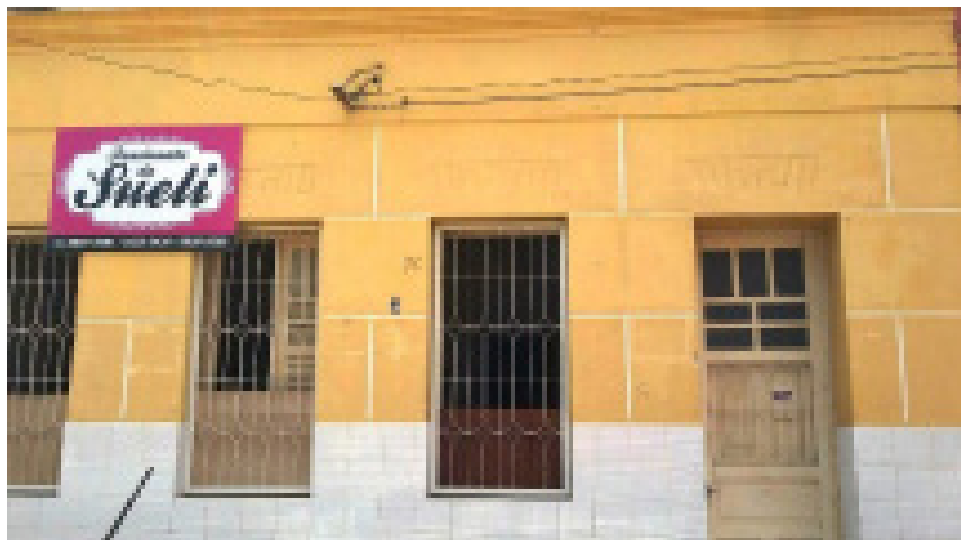
De acordo com o que foi relatado, o Empreendimento C não está tendo nenhum lucro, pois o preço cobrado a cada hóspede é consideravelmente baixo em relação aos gastos necessários para manter o funcionamento de seu negócio. Assim, percebe-se que o pensionato tem má gestão financeira, não sabendo sequer quanto custa cada pensionista por mês. Por isso foi sugerida e realizada a oficina "Fluxo de caixa e orçamento: Planejamento Financeiro" para a proprietária da pensão.

Contudo, algumas melhorias foram propostas pelos extensionistas, a iniciar com a proposta de adesão para o segmento alimentício, concretizando a abertura da marmitaria e/ou restaurante, com o objetivo de maximizar os lucros, seguido de uma melhor divulgação do negócio, a começar com divulgação gratuita nas rádios de Sousa (em programas que prestam esse serviço gratuitamente), na rede social Facebooke divulgação por meio de panfletos em locais onde houvesse uma grande circulação de pessoas de outras cidades.

Foram formadas equipes entre os extensionistas, com o objetivo de dividir o planejamento e atividades que foram prestadas para a efetiva consultoria ao Pensionato. Foi realizada uma pesquisa de mercado para avaliar seus futuros concorrentes, análise de preços e custos para a inclusão da atividade, mudanças de layout na sua casa, mudança de logomarca, nome e slogan (o projeto pagou para uma gráfica fazer uma nova arte, a ser escolhida) e propostas de divulgação (cartazes, panfletos e anúncios-criação de páginas em redes sociais).

Conforme análise no empreendimento, a placa na fachada com o nome do pensionato era pequena (Foto 4) e deixava a desejar de maneira que se tornava quase imperceptível a visualização para quem passava em frente ao estabelecimento.

**Foto 4:** Placa antiga da fachada.



**Fonte:** Autores.

Na sugestão para mudança da logomarca, foram apresentados modelos, sendo um escolhido pela proprietária da pensão, com posterior confecção da nova placa (Foto 5), tendo como slogan: "Sua casa fora de casa". A arte foi paga pelo projeto e um doador confeccionou a nova placa.

**Foto 5:** Nova placa na fachada.



**Fonte:** Autores.

Os extensionistas auxiliaram na divulgação na rede social Facebook, elaborando cardápio para as refeições, tabela de preços e panfletos gratuitamente para a proprietária. Foi também realizado em um dia, a distribuição dos panfletos (pelos extensionistas) em pontos estratégicos do centro da cidade (foto 6).

**Foto 6:** Pafletagem no centro de Sousa-PB.



**Fonte:** Autores.

A proprietária do pensionato posteriormente mudou de endereço, com o intuito de enxugar os seus custos. Hoje continua desenvolvendo as atividades de pensionato, restaurante e marmitaria.

## CONCLUSÃO

O projeto de extensão CPMEI contribuiu de forma significativa no processo de formação dos alunos, alcançando também para a comunidade seus objetivos planejados. Nos aspectos profissionais, colaborou com capacitações e orientações sobre o mercado de trabalho e como gerir seu próprio negócio, contribuindo com a qualificação profissional e o desenvolvimento da autoestima do público assistido.

Vale destacar também a geração de conhecimento desenvolvido e absorvido pelas partes envolvidas no projeto. O incentivo à inovação não é resultado da atividade isolada de indivíduos criativos, mas sim o resultado da troca de experiências, do aprendizado coletivo e do trabalho em equipe.

Especificamente para a geração de trabalho e renda, percebe-se que os empreendimentos possuem uma má gestão, consequência da falta de preparação e qualificação necessária. Assim, as ações contribuíram para a concretização de um cenário mais propício, no qual os alunos tiveram a oportunidade de aplicar seus conhecimentos acadêmicos dentro da realidade social do mercado de trabalho, assim como os empreendedores envolvidos reconheceram a importância da capacitação profissional no desenvolvimento e aperfeiçoamento da gestão de seus negócios, tal como para manterem-se competitivos diante de um cenário econômico em constante mudança.

O resultado de todo esforço e desempenho dos envolvidos no projeto já começou a ser visto a partir das primeiras intervenções no pensionato, sendo gratificante para todos acompanhar e observar o gradativo crescimento dos empreendimentos assistidos.

## REFERÊNCIAS

ALDAY, H. E. C. O planejamento estratégico dentro do conceito de administração estratégica. **Rev. FAE**, Curitiba, v.3, n.2, p. 9-16, maio/ago. 2000.

BOY, G. A. (1997). The group elicitation method for participatory design and usability testing. **Interactions**, v. 4, n. 2, p. 27-33. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=245129.245132>>. Acesso em: 12 ago. 2016.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

LOBATO, D. M. **Administração estratégica**: uma visão orientada para a busca de vantagens competitivas. Rio de Janeiro: Editoração, 2000.

LUCIANO, A. Empreendedor: eu posso tornar-me um? **Revista Científica da Faculdade Fleming**, Campinas, n. 6, p. 12-16, 2009.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE. Centro de Ciências Jurídicas e Sociais. Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis. Curso de Administração. Projeto Pedagógico do Curso de Administração (PPC) CAMPUS – SOUSA. **Competências, habilidades e atitudes do egresso**. p.17. Sousa, 2010. 104 f. p. 17

\_\_\_\_\_, Projeto Pedagógico do Curso de Ciências Contábeis (PPC) CAMPUS – SOUSA. **Perfil profissional do egresso**. p. 15. **Integração entre Ensino, Pesquisa e Extensão** p.44. Sousa, 2014. 113 f. p. 15.

**Data de recebimento:** 31 de julho de 2017.

**Data de aceite para publicação:** 29 de setembro de 2017.