

CENTRO UNIVERSITÁRIO FAG
VICTOR AUGUSTO MENEGASSI

**UM ESTUDO SOBRE COMO ABRIR EMPRESA E ATUAR FORMALMENTE NA
CONSTRUÇÃO CIVIL, COM ENFOQUE NO PERFIL EMPREENDEDOR**

CASCABEL - PR
2016

CENTRO UNIVERSITÁRIO FAG
VICTOR AUGUSTO MENEGASSI

**UM ESTUDO SOBRE COMO ABRIR EMPRESA E ATUAR FORMALMENTE NA
CONSTRUÇÃO CIVIL, COM ENFOQUE NO PERFIL EMPREENDEDOR**

Trabalho apresentado na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, do Curso de Engenharia Civil, da Faculdade Assis Gurgacz - FAG, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Engenharia Civil.

Professor orientador: Administrador Ronaldo Maculan Domingo

CASCADEL - PR
2016

CENTRO UNIVERSITÁRIO FAG

VICTOR AUGUSTO MENEGASSI

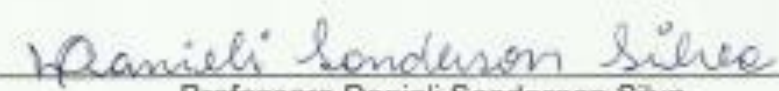
**UM ESTUDO SOBRE COMO ABRIR EMPRESA E ATUAR FORMALMENTE NA
CONSTRUÇÃO CIVIL, COM ENFOQUE NO PERFIL EMPREENDEDOR**

Trabalho apresentado no Curso de Engenharia Civil, do Centro Universitário FAG,
como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Engenharia Civil, sob
orientação do Professor **Administrador Ronaldo Maculan Domingo**.

BANCA EXAMINADORA



Orientador (a) Prof.^a Ronaldo Maculan Domingo
Centro Universitário FAG
Administrador



Professora Danieli Sanderson Silva
Centro Universitário FAG
Economista e bacharel em direito



Professora M.^a Maria Vânia Nogueira do Nascimento Peres
Centro Universitário FAG
Engenheira Civil

Cascavel, 09 de Novembro de 2016.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus familiares e a minha namorada,
Por toda ajuda prestada, e compreensão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelo dom da vida. Por todas etapas concluídas da vida e pelas próximas a se concluírem, por todo aprendizado e oportunidades a mim concedido.

A minha mãe, Cássia Ritamar Menegassi, pela educação e princípios, por nunca ter me negado nada, e lutado para me oferecer o melhor sem medir esforços.

Agradeço aos meus tios Marcelo Menegassi e Vanessa Gurzinski Menegassi por todo apoio na minha formação.

A minha namorada Bianca Koschinski e a seus familiares que sempre me acolheram da melhor forma, me incentivaram e deram apoio.

Ao meu professor orientador Administrador Ronaldo Maculan Domingo, por toda dedicação, paciência, atenção, incentivo e credibilidade na minha capacidade.

À todos os professores do curso, que através deles pude aprender a profissão de engenheiro civil.

Aos meus colegas de sala, companheiros de trabalhos e estudos.

A todos aqueles que, direta ou indiretamente, durante estes quatro anos, de alguma forma, contribuíram para a minha formação, meus eternos agradecimentos!

RESUMO

Este trabalho visa demonstrar de forma prática, um roteiro genérico levantando registros e cadastros necessários para implantar e habilitar juridicamente empresas no ramo da construção civil, conforme os contadores experientes nesta área realizam, bem como Identificar as razões que levaram os empreendedores a abrirem seu próprio negócio através de pesquisa a campo. Para isso, foi desenvolvido um estudo avaliando o perfil empreendedor dos sócios proprietários das empresas de Cascavel no Estado do Paraná. Além disso, identificou as dificuldades iniciais e atuais, e com auxílio das respostas dos gestores, foram demonstradas dicas importantes para engenheiros recém formados que têm a pretensão de abrir sua empresa logo após a graduação ou não. A finalidade deste enfoque foi atingir aqueles que se interessam por empreendedorismo, procuram empreender por meio do próprio negócio ou buscam se inteirar do assunto.

Palavras-chave: empreendedorismo, empresa, construção civil, próprio negócio.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Forças que Dirigem a Concorrência na Indústria	23
Figura 2: Fluxograma da metodologia.....	30
Figura 3: Estrutura das planilhas	32
Figura 4: Entrevista aos contadores.....	33
Figura 5: Entrevista aos empresários.....	34
Figura 6: Entrevista a incubadora.....	36
Figura 7: Declaração de aceite de entrevista.....	37

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Gênero dos contadores	39
Gráfico 2: Tempo de experiência dos contadores	39
Gráfico 3: Auxílio a empresa	42
Gráfico 4: Gênero dos empresários	43
Gráfico 5: Idade dos empresários	44
Gráfico 6: Tempo de experiência dos empresários	45
Gráfico 7: Graduação	45
Gráfico 8: Opinião sobre empreendedorismo	46
Gráfico 9: Opinião sobre dificuldades	46
Gráfico 10: Motivos de ter um próprio negócio	47
Gráfico 11: Opinião sobre vivência do empreendedorismo	48
Gráfico 12: Profissionais auxiliares	49
Gráfico 13: Recurso financeiro	50
Gráfico 14: Captação do recurso	50
Gráfico 15: Produtos e serviços ofertados	51
Gráfico 16: Uso da publicidade	51
Gráfico 17: Opinião sobre publicidade	52

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Etapas para habilitação jurídica.....	41
---	-----------

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	12
1.1 INTRODUÇÃO	12
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 Objetivo Geral.....	13
1.2.2 Objetivos Específicos	13
1.3 JUSTIFICATIVA.....	13
1.4 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA	14
1.5 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA.....	14
CAPÍTULO 2	16
2.1 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	16
2.1.1 Empreendedorismo.....	16
2.2 INVESTIMENTO	17
2.3 ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS	18
2.4 CONSTITUIÇÃO DO NEGÓCIO	19
2.4.1 Assessoria	19
2.4.2 Questões legais.....	19
2.6 MUDANÇAS ORGANIZACIONAIS	21
2.7 RAZÃO DE SER DA EMPRESA	22
2.8 FORÇAS COMPETITIVAS DE PORTER.....	23
2.8.1 Ameaça de entrada	23
2.8.2 Intensidade da rivalidade entre os concorrentes existentes	24
2.8.3 Pressão dos produtos substitutos.....	24
2.8.4 Poder da negociação dos compradores.....	25
2.8.5 Poder da negociação dos fornecedores.....	25
2.9 NOVO EMPREENDIMENTO.....	25
2.9.1 Conceito do negócio	26
2.9.2 Conhecimento	26
2.9.3 Contato	26
2.9.4 Recurso financeiro.....	26
2.9.5 Encomendas	27

2.10 Publicidade	27
2.11 Participação da mulher	27
CAPÍTULO 3	29
3.1 METODOLOGIA	29
3.1.1. Caracterização da pesquisa	29
3.1.2. Coleta de dados	31
3.1.2.1 Planilha de entrevistas	32
CAPÍTULO 4	39
4.1 RESULTADOS E DISCUSSÕES	39
4.1.1 Pesquisa aos contadores	39
4.1.2.1 Caracterização dos contadores	39
4.1.2.2 Constituição jurídica de uma empresa.....	40
4.1.2.3 Para manter atuando formalmente.....	42
4.1.3 Pesquisa aos empresários.....	43
4.1.3.1 Caracterização dos proprietários	43
4.1.3.2 Caracterização da empresa.....	49
4.1.3.3 Dicas aos recém-formados.....	52
4.1.4 Pesquisa à incubadora	53
4.1.4.1 Burocracia	53
4.1.4.2 Taxa de sucesso	54
4.1.4.3 Procedimento e requisitos.....	54
4.1.4.4 Dificuldades	54
4.1.4.5 Construção civil.....	55
4.1.4.6 Capacidade de atendimento	55
4.1.4.7 Público alvo.....	55
4.1.4.8 Tributos.....	55
CAPÍTULO 5	57
5.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
CAPÍTULO 6	59
6.1 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS	59
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	60

CAPÍTULO 1

1.1 INTRODUÇÃO

A realização de um curso superior e suas posteriores complementações, como pós-graduação, mestrado, doutorado, entre outros, é a busca de se profissionalizar na área escolhida e conseguir atuar em um mercado de trabalho tão exigente como o atual, no qual, cada vez mais, valoriza-se o graduado.

A busca por prosperidade financeira após a formação acadêmica é almejada e necessária, pois é visível que o curso superior é um investimento, e como tal, tem-se a expectativa de que a aplicação do recurso monetário na graduação acadêmica traga retorno futuro superior ao aplicado.

A cada ano, cerca de 40 mil novos engenheiros se formam (CONFEA, 2010), tornando o mercado de trabalho mais competitivo, logo, há necessidade de se destacar entre os demais engenheiros civis recém formados e os já atuantes.

Nesse contexto, cabe então apontar a figura do empreendedor, aquele que é fundador do seu negócio e patrão de si mesmo (MENDES *et al* , 2012), que possui perseverança, tem energia, fixa metas e faz de tudo para alcançá-las. É inovador e criativo e, principalmente, conhece e gosta do que faz (CUSTÓDIO, 2011).

Empreendedorismo é fundamental para a geração de riquezas no País, promovendo o crescimento econômico e aprimorando as condições de vida da população, sendo um fator importantíssimo na geração de empregos e renda, além do progresso tecnológico e inovações de produto, serviços e de mercado (GRECO, 2010).

A ascensão do empreendedorismo vem paralelamente ao processo de privatização das grandes estatais e abertura do mercado interno para concorrência externa. Daí a grande importância de desenvolver empreendedores que ajudem o país no seu crescimento e gere possibilidade de trabalho, renda e maiores investimentos (MENDES *et al* , 2012).

Remetendo ao ponto em que o curso superior é um investimento, vê-se, portanto, a importância em conseguir um crescente desenvolvimento como profissional, visto que a descrição do empreendedor se encaixa ao contexto da busca por ascensão da carreira técnica. Empreender na construção civil é uma ideia a ser considerada como boa para o engenheiro civil.

O progresso do empreendedor, portanto, está ligado à abertura de empresas de construção civil, e com isto, surgem alguns questionamentos e dificuldades para enfrentar essa trajetória como, aspectos burocráticos, falta de informação, dinheiro, mão de obra, local físico para o estabelecimento e como mantê-la atuando no mercado.

No discorrer desse trabalho, pretende-se levantar os fatos considerados importantes para que o engenheiro civil com visão, capacidade e coragem, tenha conhecimento para ter, e administrar o seu próprio negócio.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Fornecer um roteiro básico discriminando os procedimentos que devem ser empregados para constituir uma empresa no ramo da construção civil.

1.2.2 Objetivos Específicos

Analisar o perfil empreendedor do proprietário da empresa, através de uma pesquisa de campo;

Estimar gastos necessários para habilitação jurídica de uma empresa;

Caracterizar os aspectos para formalizar a abertura da empresa de construção civil;

Determinar as razões que levaram os empreendedores de Cascavel a iniciarem suas atividades empresariais.

1.3 JUSTIFICATIVA

Segundo o Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2014), grande parte de seus serviços prestados à população, no Brasil, no ramo da construção civil, é predominantemente informal. A maioria das pequenas empresas tem o atendimento

realizado por pessoas que, em geral, não possuem especialização e não legalizam seu pequeno negócio.

O mercado atual demonstra uma preocupação maior em contratar serviços mais especializados, possuir garantias maiores de um bom atendimento e atender esse público mais exigente que não se sente confiante em contratar profissionais informais (SEBRAE, 2014).

Observa-se, então, a vantagem do engenheiro civil em ter seu empreendimento formalizado, dentro dos padrões burocráticos necessários. Por esse motivo, esse trabalho traz como objetivo, possibilitar ao empreendedor abrir seu próprio modo de prestar serviços, seja ele qual for, de forma correta com os padrões legislatórios.

Outros motivos para dar início ao empreendedorismo:

- Acreditar que é melhor trabalhar para seu próprio crescimento, do que apenas vender suas horas de serviço;
- Maior autonomia para administrar seu tempo, ter a possibilidade de crescer economicamente dependendo apenas do esforço individual ao invés de ter um salário fixo;
- De modo geral, o empreendedorismo deve ser incentivado por estimular o crescimento econômico do país, e gerar empregos;
- Contribuir de forma prática em como se constituir uma empresa no ramo da construção civil, elencando a experiência de profissionais que já passaram por essas etapas;
- Incentivar o empreendedorismo.

1.4 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA

O que se deve atender formalmente, para atuar com uma empresa na área de construção civil?

1.5 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

O trabalho abrangeu a cidade de Cascavel-PR, pelo fato da região contar com Universidades que oferecem o curso de Engenharia Civil, alimentando o mercado ano a ano com novos engenheiros, grande número de empresas no ramo da construção civil e contábil e

também possuir a Incubadora FUNDETEC (Fundação para o Desenvolvimento Científico e Tecnológico).

A coleta de dados ocorreu com entrevistas a escritórios de contabilidade e à incubadora, e aplicação de questionário a sócio proprietário de empresas no ramo da construção civil.

CAPÍTULO 2

2.1 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1.1 Empreendedorismo

A palavra empreendedorismo vem da expressão *entrepreneur*, *entre* indica, estar sob, e *preneur* origina-se do verbo francês *prendre*, conduzir. Ou seja, o empreendedor é o indivíduo que possui a capacidade de criar e conduzir um empreendimento por conta própria, sabendo da existência dos riscos embutidos e, sobretudo visando o seu benefício (LEITE, 2000).

O empreendedorismo é fundamental para a geração de riquezas e possibilidades de trabalho, promovendo o crescimento econômico e aprimorando as condições de vida da população (GRECO *et al* , 2010).

Nas universidades, poucos dos futuros empreendedores se dão conta de que terão o empreendedorismo como seu principal objetivo de vida. Mesmo entre a minoria que percebe isso, relativamente poucos indivíduos iniciarão um negócio imediatamente após a graduação, e um número ainda menor se preparará para a criação de um novo empreendimento, através do trabalho, em um determinado cargo ou indústria (MACHADO, AÑEZ e RAMOS *apud* FILION, 1999).

Praticamente nenhum universitário brasileiro hoje busca seriamente o empreendedorismo. “O que eles estão fazendo? Preparando seus currículos para enviarem a grandes empresas” (VIANNA, 2004);

De acordo com Dolabela (1999), “ainda não existe resposta científica sobre se é possível ensinar alguém a ser empreendedor. Mas sabe-se que é possível aprender a sê-lo”. “Na verdade não se trata de ensinar, mas de desenvolver, porque todas as pessoas nascem empreendedoras, assim como todo o mundo nasce com potencial para andar, cantar, tocar um piano.” (DOLABELA, 2005). Os empreendedores inatos continuam existindo e sendo referências de sucesso, no entanto, outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras (DORNELAS, 2001). Assim, também, desfaz-se a tese de que empreendedorismo é fruto de herança genética, ou seja, é possível que as pessoas aprendam a ser empreendedoras (MACHADO AÑEZ e RAMOS *apud* FILION, 1991).

A GEM — Global Entrepreneurship Monitor — mostra em uma pesquisa feita em 2011, que 52,5% dos empreendedores estão na faixa entre 18 e 34 anos, enquanto 43,2% se situa entre 35 e 54 anos, no Brasil. Existe uma falsa ideia de que empresas inovadoras surgem dos mais novos, pelo contrário, o que determina um empreendedor inovador não é sua faixa etária, e sim o forte desejo de realização, de mudar a realidade. E isso ocorre em todas as idades (CORRÊA, 2011).

Ao explorar o motivo pelo qual a busca pelo empreendedorismo está ligada ao motivo da independência Hashimoto (2013), diz que a resposta está ligada a insatisfação com os atuais empregos, infelicidade com a autocracia imposta pelos chefes, ideias poucos estimuladas e consideradas, e a convicção de que a independência do próprio negócio daria maior oportunidade de se fazer mais.

2.2 INVESTIMENTO

Para Carvalho (2010), a decisão de investir tem que ter como indutores, expectativas de retorno bastante favoráveis, de modo a compensar os custos desta opção.

A estratégia do negócio depende de como a empresa trabalha junto ao seu mercado consumidor, como se diferencia da concorrência e como procura agregar maior valor ao seu consumidor, a fim de conquistá-lo. Para que a organização estabeleça uma estratégia de marketing vencedora, deve-se conhecer muito bem o mercado onde atua ou pretende-se atuar (DORNELAS, 2001).

Para obter sucesso em um novo negócio, é fundamental que o empreendedor ouça seus futuros clientes, pois estes são os principais colaboradores de um negócio em formação. Já que são eles que informam ao empreendedor de suas necessidades e orientam qual o preço, estão dispostos a pagar para satisfazê-las (DEGEN, 1989).

Ao analisar o mercado consumidor, o empreendedor deve verificar qual o perfil do comprador, o que ele está comprando atualmente, por que ele está comprando, quais os fatores que influenciam na compra e como, quando e com que periodicidade é feita a compra (DORNELAS, 2001).

A parte financeira é considerada, por muitos empreendedores, a parte mais difícil do plano de negócios, isso porque ela deve refletir numericamente tudo o que é escrito nas outras seções (DORNELAS, 2001).

Segundo (SILVA, 2009), o capital de giro é o ativo circulante de uma empresa que sustenta suas operações no dia-a-dia e representa a parcela do investimento que circula de uma forma a outra, a administração falha do capital de giro pode afetar o fluxo de caixa da empresa. O capital de giro está relacionado a incertezas, para enfrentar eventuais problemas que podem surgir, a empresa deve manter uma reserva financeira (SILVA, 2009). Conforme Silva (2009), especifica-se que a finalidade do capital de giro é suprir a empresa com recursos financeiros necessários para realização das suas operações, comprar e vender mercadorias e produtos.

2.3 ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

A tarefa básica da administração é conseguir fazer as coisas por meio das pessoas e dos recursos disponíveis, de maneira eficiente e eficaz, fazer com que as pessoas trabalhem em conjunto, para alcançar objetivos comuns, depende diretamente da capacidade daqueles que exercem a função administrativa (CHIAVENATO, 2001).

Uma empresa é criada e administrada por pessoas, o problema de qualquer empresa não é a maximização do lucro, mas sim a obtenção de lucro suficiente para cobrir os riscos da atividade econômica e assim, evitar perdas e prejuízos (DRUCKER, 1998).

A medida que o trabalho manual foi diminuindo, a força física sendo substituída pelo trabalho intelectual, a administração passou a ser um fator fundamental para o desempenho e a competitividade das empresas. No mundo moderno a administração é fator estratégico para o desenvolvimento empresarial (ARANTES, 1998).

A empresa é um órgão da sociedade, cuja definição válida para esta finalidade é angariar clientes, a obtenção de lucro ou não, não demonstra como opera uma empresa (DRUCKER, 1998). Homens de negócio criam mercado para preencher a necessidade do consumidor, que pode não ser percebida, até ser criada por uma ação empresarial, é o consumidor que determina o que é uma empresa. Pois é ele que, por estar disposto a pagar por um bem ou serviço, transforma recursos econômicos em riqueza (DRUCKER, 1998). Conforme Drucker (1998), o produto de uma empresa não é o mais importante, o que o consumidor acredita estar comprando é decisivo, o lucro é consequência do desempenho de uma empresa, em *marketing*, inovação e produtividade, a atividade empresarial é econômica,

possui riscos e necessita de lucros mínimos para cobrir seus próprios riscos futuros e evitar perdas.

A função do administrador é estar permanentemente identificando as expectativas internas e externas de uma empresa, dirigindo o empreendimento para atendê-las. Os resultados externos são as utilidades que satisfazem os clientes e padrões aceitos pela sociedade, e os resultados internos são as realizações que atendem aos motivos, e necessidades e convicções dos empreendedores e colaboradores (ARANTES, 1998).

2.4 CONSTITUIÇÃO DO NEGÓCIO

2.4.1 Assessoria

Com ambiente flexível e encorajador de aceleração do desenvolvimento de empreendimentos, as incubadoras (mecanismos mantidos por entidades governamentais, universidades, grupos comunitários, etc.) oferecem facilidades para o surgimento e crescimento de novos empreendimentos, além de oferecer orientação prática e profissional, são entidades sem fins lucrativos destinadas a amparar o estágio inicial de empresas nascentes (DORNELAS, 2001).

Para Dornelas (2001), é de extrema importância que o empreendedor seja assessorado em relação aos aspectos jurídicos e contábeis de seu negócio, devendo recorrer a advogados e contabilistas (contadores), que tenham experiência no assunto e que inspirem confiança para auxiliar na gestão do empreendimento.

2.4.2 Questões legais

O registro de uma empresa varia conforme a região onde ela se encontra e depende da categoria a qual será constituída. As categorias se dividem em Sociedade Civil, Sociedade Mercantil e Firma Individual (DORNELAS, 2001).

Empresas prestadoras de serviço deverão ter seu contrato social (documento com força vinculada à lei, que estabelece as normas de relacionamento entre sócios e sociedade, e entre a sociedade e terceiros) registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas. Caso seja

uma sociedade mercantil, deverá registrar seu contrato social na Junta Comercial (DORNELAS, 2001).

A Sociedade Civil, conforme Dornelas (2001), deve ser composta de no mínimo dois sócios, sendo a responsabilidade de cada sócio equivalente a suas quotas de capital social, seu registro é feito no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, compreendendo os seguintes passos:

- Definir a razão social, e solicitar busca do nome nos Cartórios de Registro Civil de Pessoa Jurídica;
- Elaborar o Contrato Social;
- Encaminhar as vias do contrato social ao Posto da Receita Federal ao qual a Sociedade for subordinada, para a obtenção do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica);
- Providenciar sua inscrição junto à Prefeitura Municipal, para obter o alvará de funcionamento.

A Sociedade Mercantil, segundo Dornelas (2001), é constituída por duas ou mais pessoas, com atividades no comércio ou industrial, sendo do tipo S/A (Sociedade Anônima), modelo mais indicado às empresas de grande porte capital, ou Sociedades por quotas de responsabilidade limitada. Seu registro é feito na Junta Comercial, a responsabilidade de cada sócio é limitada à importância do capital social, que é dividido em quotas e distribuído entre os sócios. Compreende os seguintes passos:

- Registro na Junta Comercial do Estado;
- Elaborar o Contrato Social;
- Obter a Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ, na Receita Federal;
- Obter a Inscrição Estadual na Secretaria da Fazenda;
- Obter alvará de funcionamento na Prefeitura Municipal.

Firma Individual é descrito por Dornelas (2001), como seguindo mesmos passos do caso da constituição da sociedade comercial, com a seguinte diferença: não há necessidade de ter contrato social mas, em contrapartida, deve-se ter uma Declaração de Firma Individual. Para que a empresa funcione legalmente, segue-se recomendações:

- Adquirir livro de prestação de serviços;
- Adquirir Livro de registro de inspeção de trabalho;
- Adquirir Livro ou ficha de registro de empregados;
- Emitir nota fiscal.

2.6 MUDANÇAS ORGANIZACIONAIS

O termo mudança foi introduzido nos estudos científicos a partir de uma abordagem psicológica do assunto, focando o comportamento do indivíduo. Face à revolução tecnológica ocorrida nos anos 70, a concepção foi ampliada para um enfoque estrutural. Recentemente, foi adotada uma visão holística, numa perspectiva que entrecruza mudanças econômicas e sociais em escala mundial, assumindo um caráter de gestão que envolve processos e pessoas, bem como as relações que se interpõem frente às propostas de resultados (VERGARA, 2005).

Uma empresa é caracterizada por algumas dimensões que, reunidas, definem a atuação organizacional e sua competitividade no mercado. Estas dimensões são: a estratégia, visão de futuro e planejamento de ações para o alcance de objetivos: os processos e rotinas, conhecimento sistematizado: a tecnologia, equipamentos e infraestrutura: os funcionários e talentos (RODRIGUES e NAKAYAMA, 2000).

Qualquer tentativa de adequação organizacional de uma empresa, na busca por competitividade, é compreendida como a necessidade de mudança organizacional (CAPELLI, 2009).

Segundo Lima (2003), mudança organizacional trata-se de qualquer alteração, planejada ou não, nos componentes organizacionais: pessoas, trabalho, estrutura formal, cultura ou relações entre organização e seu ambiente, que gerem consequências relevantes de natureza positiva ou negativa, para eficiência, eficácia e sustentabilidade organizacional.

Segundo Lewin (1965), precursor dos estudos sobre o tema, a mudança bem sucedida inclui três etapas:

a) a primeira consiste em degelar o nível presente – fase do descongelamento. Trata-se da percepção da insatisfação do grupo com a situação presente, emanando uma necessidade de mudança. Esse sintoma pode ser compreendido dentro do enfoque organizacional em função de uma crise de resultados, bem como pelo incômodo gerado a partir de uma situação considerada inadequada, numa percepção de juízo de valores para as pessoas nela envolvidas;

b) a segunda consiste em mover para o novo nível, ou seja, a perturbação. Trata-se do processo em si, da mudança pura e simples. É o estágio do desconforto, que pode ser breve ou duradouro, dependendo da mudança a ser implementada;

c) a terceira refere-se a congelar a vida do grupo no novo nível em que se encontra. É a fase do re-congelamento. Isso significa o retorno à estabilidade, na concretização da situação desejada que, inicialmente, induziu o processo de mudança.

2.7 RAZÃO DE SER DA EMPRESA

Conforme afirma Arantes (1998), a visão predominante sobre empresas ainda é a teoria econômica clássica, de que seu principal objetivo está relacionado com a maximização dos lucros, tendo seu ambiente externo, no sistema econômico em que a empresa atua, o sistema econômico composto pelo mercado, pela política econômica do governo, pelos indicadores do desempenho econômico, pelos órgãos governamentais regulamentadores e/ou fiscalizadores, pelas instituições financeiras e pela legislação tributária fiscal.

Sobre essa visão econômica clássica, existem os insumos e os processos de transformação, distribuição e comercialização, que representam os custos e, em contrapartida, representa a geração de receita dos produtos vendidos. A diferença entre receita e custo é representado pelos lucros, que, nessa visão, é o indicador maior de desempenho empresarial (ARANTES, 1998).

Em conflito com essa visão clássica, Arantes (1998) apresenta o conceito de empresas válidas, as quais não possuem como principal meta a maximização dos lucros. A função das empresas válidas é de atender continuamente às necessidades e aos desejos humanos, e tendo o lucro obtido por consequência desse trabalho, são agentes do progresso e da riqueza social.

A finalidade externa das empresas válidas é de tornar disponível à sociedade as utilidades necessárias para melhorar continuamente a qualidade de vida das pessoas, que são os clientes (pessoas físicas ou jurídicas) que decidem pagar pelas utilidades produzidas pelas empresas (ARANTES, 1998).

Também existem finalidades internas em uma empresa válida, que são igualmente importantes às externas, pois sua sobrevivência, crescimento e continuidade podem ficar ameaçadas caso não sejam atendidos os motivos e expectativas internas (ARANTES, 1998).

Para Arantes (1998), são três componentes que constituem a empresa válida no âmbito interno os quais são empreendedores (aqueles que decidem criar e manter um empreendimento), colaboradores (aqueles que contribuem através de seu conhecimento e trabalho para a operação e a administração do empreendimento), e empreendimento (conjunto de coisas tangíveis e intangíveis através das quais as operações são realizadas e são produzidos os resultados para a realização das finalidades empresariais).

2.8 FORÇAS COMPETITIVAS DE PORTER

O modelo das Cinco Forças de Porter (1986) conforme Figura 1, abaixo, é uma ferramenta que auxilia a definição de estratégia da empresa e leva em consideração tanto o ambiente externo, como o interno. Elas realçam os pontos fortes e os pontos fracos mais importantes da empresa, em conjunto determinam a intensidade da concorrência.

Do ponto de vista de Porter (1986) os pontos fortes e fracos da companhia, por sua vez, apontam as áreas em que mudanças estratégicas podem resultar no retorno máximo e põem em destaque as áreas em que as tendências da indústria são de maior importância, quer como oportunidades, quer como ameaças.

Figura 1: Forças que Dirigem a Concorrência na Indústria.



Fonte: Porter, 1998.

2.8.1 Ameaça de entrada

Novas empresas, com desejo de ganhar parcela de mercado, causam queda de preço ou inflação dos custos, reduzindo, assim, a rentabilidade do negócio. Por isso, há barreiras para entrada de novas empresas no mercado, criadas pelas concorrentes (PORTER, 1986).

Economia de escala: detém a entrada, forçando a empresa entrante a ingressar em larga escala e se arriscar à reação das concorrentes, ou ingressar em pequena escala e sujeitar-se a uma desvantagem de custo. Essa barreira ocorre quando existem vantagens econômicas na integração vertical, ou seja, a operação em estágios sucessivos de produção ou distribuição.

Dessa forma a empresa entrante enfrenta desvantagens de custo ou entra de forma integrada (PORTER, 1986).

Diferenciação do produto: significa que as empresas estabelecidas possuem clientes leais, originado do esforço passado de publicidade, serviços ao consumidor, diferenças dos produtos, ou por terem ingressado primeiro ao mercado. A diferenciação cria uma barreira à entrada de novas empresas, forçando os entrantes a efetuar despesas pesadas para superar os vínculos estabelecidos com os clientes.

Necessidade de capital: a necessidade de capital de investimento para competir, gera uma barreira à entrada de novas empresas.

Custo de mudança: Custo presente para mudança de fornecedor, novo treinamento, novo equipamento, tempo para teste ou qualificação de nova fonte, entre outros, criam uma barreira de entrada. Se estes custos de mudança são altos, os recém chegados precisam oferecer um aperfeiçoamento substancial em custo ou desempenho para que o comprador se decida a deixar o produto do concorrente (PORTER, 1986).

Desvantagens de custo independentes de escala: empresas entrantes sofrem com a vantagem de custos estabelecidas pelas empresas já atuantes, sendo impossível de serem igualadas. As vantagens mais críticas são as seguintes: tecnologia patenteada do produto, acesso favorável à matéria-prima, localização favorável, subsídios oficiais e experiência.

2.8.2 Intensidade da rivalidade entre os concorrentes existentes

Segundo Porter (1986), a rivalidade entre os concorrentes existentes assume a forma corriqueira de disputa por posição, com uso de táticas como concorrência de preços, batalhas de publicidade, introdução de produtos e aumento dos serviços ou das garantias ao cliente.

A rivalidade ocorre porque um ou mais concorrentes sente-se pressionado ou percebe oportunidade de melhorar sua posição.

2.8.3 Pressão dos produtos substitutos

Ainda segundo Porter (1986), todas as empresas estão competindo, em termos amplos, contra indústrias que fornecem produtos e serviços substitutos. Os substitutos reduzem os retornos potenciais de uma empresa, colocando um teto nos preços que as empresas podem fixar com lucro.

Os substitutos limitam os lucros em tempos normais, como também reduzem as fontes de riqueza em tempos de prosperidade.

2.8.4 Poder da negociação dos compradores

Os compradores vão de encontro às empresas, forçando os preços para que abaxem, querendo, ainda assim, melhor qualidade ou mais serviço. Os compradores certos, que podem encontrar sempre fornecedores alternativos, podem colocar em conflito os concorrentes, um contra o outro (PORTER, 1986).

2.8.5 Poder da negociação dos fornecedores

Os fornecedores podem exercer poder de negociação sobre os participantes de uma companhia, ameaçando elevar preços ou reduzir a qualidade dos bens e serviços fornecidos. Conforme Porter (1986), fornecedores poderosos podem, conseqüentemente, sugar a rentabilidade de uma empresa incapaz de repassar os aumentos de custos em seus próprios preços.

Na perspectiva de Porter (1986), o produto dos fornecedores é um insumo importante para o negócio do comprador. Um insumo como este é importante para o sucesso do processo de fabricação do comprador ou para a qualidade do produto. Isto aumenta o poder do fornecedor, sendo particularmente verdadeiro quando o insumo não é armazenável.

2.9 NOVO EMPREENDIMENTO

Para Degen (2004), há cinco pré-requisitos sobre a ideia de um novo empreendimento, ao qual o empreendedor precisa ter respostas positivas. As quais são apresentadas a seguir.

- Conceito do Negócio;
- Conhecimento;
- Contato;
- Recurso Financeiro;

- Encomendas.

2.9.1 Conceito do negócio

O conceito do negócio é a descrição da necessidade do grupo de clientes que o empreendedor pretende atender, com custo no serviço ou produto que o cliente esteja disposto a pagar. A importância do conceito do negócio é possibilitar testar e identificar problemas com o futuro empreendimento, evitando situações de risco (DEGEN, 2004).

2.9.2 Conhecimento

É preciso ter conhecimento para gerar produtos ou serviços, sem que haja diretamente ou indiretamente o conhecimento técnico necessário, caso contrário, o novo negócio está fadado ao fracasso (DEGEN, 2004).

O conhecimento direto significa que o dono ou algum de seus sócios, domina o assunto, em contrapartida, indiretamente, é possuir acesso seguro ao conhecimento, como exemplo, através de concessão de franquias (DEGEN, 2004).

2.9.3 Contato

Segundo Ronald Degen (2004), é fundamental que o empreendedor mantenha contato com clientes, fornecedores, empregados, sócios, investidores, advogados, contadores, banqueiros, consultores, agências de publicidade, e sobretudo, concorrentes, antes de iniciar um novo empreendimento. A falta de humildade de muitos em não consultar alguém resulta em negócios mal sucedidos.

2.9.4 Recurso financeiro

É necessário dispor de todo o recurso financeiro para viabilização do negócio em estudo, mas não, necessariamente a pessoa precisa possuir na íntegra esse dinheiro, mas sim fazer uso de empréstimos, buscar investidores, financiamentos, entre outros (DEGEN, 2004).

2.9.5 Encomendas

Em relação às encomendas, é preciso estar certo de que o novo negócio irá contar com número de clientes necessários para realizar as vendas, que deem fluxo de caixa, para viabilizar a empresa (DEGEN, 2004).

2.10 Publicidade

Para atrair clientes, é preciso comunicar, e oferecer vantagens em relação aos concorrentes, conforme Degen (2004), e a publicidade pode agir decisivamente no lançamento de um novo negócio.

Em conformidade com Degen (2004), a publicidade não precisa ser sempre através de televisão, revistas e jornais, que possuem um custo elevado, pode ser feito também por meio de uma marca bem bolada, um folheto criativo ou uma mala-direta bem escrita, e isso pode ser conseguido com pequenas agencias publicitarias, que oferecem seus serviços a um valor menor.

Conforme Pinho (1988), descreve que publicidade, como o ato de informar sobre a existência e qualidade de produtos ou serviços de tal forma que estimule sua compra.

2.11 Participação da mulher

A taxa de atividade feminina na atividade econômica elevou-se em 13,7 pontos percentuais em 21 anos. Decorrencia disso, a proporção da renda do trabalho do homem na renda domiciliar de 69,60% para 53,6%, queda acentuada ocorrida de 1981 a 2002 (HOFFMANN e LEONE, 2004).

O motivo para a redução da participação da renda do homem na renda domiciliar foi o aumento simultâneo da renda do trabalho da mulher, é uma consequência da ampliação da participação da mulher no mercado de trabalho do que um aumento da renda da mulher que trabalha, embora tenha ocorrido substancial aumento na relação entre rendimentos individuais de trabalho de mulheres e homens (HOFFMANN e LEONE, 2004).

A renda das mulheres latino-americanas é 10% menor em relação a dos homens, mesmo que possuam um maior nível de instrução, fato confirmado pela comparação simples dos salários médios. Já quando a comparação envolve homens e mulheres com a mesma idade e nível de instrução, essa diferença sobe para 17% (ATAL *et al* , 2009).

O Brasil apresenta um dos maiores níveis de disparidade salarial. No país, os homens ganham aproximadamente 30% a mais que as mulheres de mesma idade e nível de instrução (ATAL *et al* , 2009).

CAPÍTULO 3

3.1 METODOLOGIA

3.1.1. Caracterização da pesquisa

O estudo proposto neste trabalho foi realizado aplicando-se a coleta de dados no município de Cascavel-PR, em empresas no ramo da construção civil, escritório de contabilidade e incubadora FUNDETEC (Fundação para o Desenvolvimento Científico e Tecnológico).

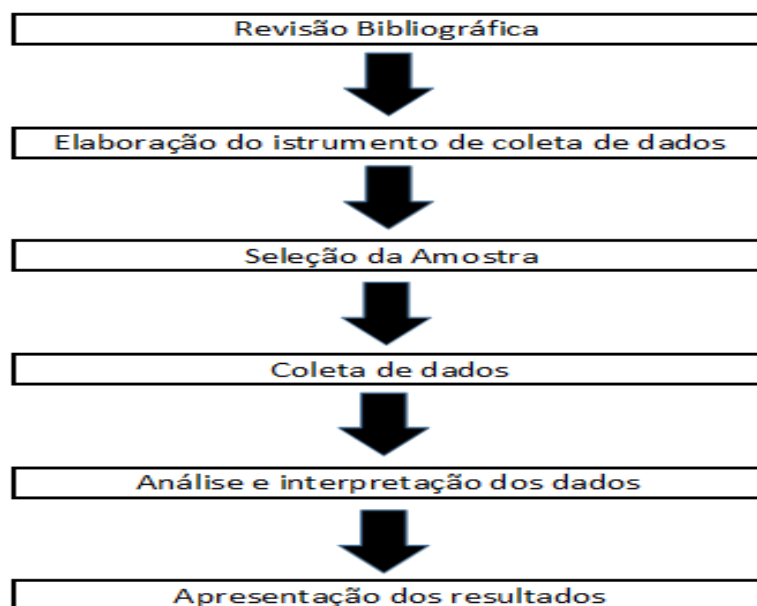
Segundo Gil (2002), pesquisa é o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo, proporcionar respostas aos problemas que são propostos. O método para solucionar o problema deve receber uma classificação, e toda e qualquer forma de classificação deve ter por base alguns critérios.

A pesquisa do presente trabalho foi de caráter exploratória. Sendo subdividida nas fases:

- Levantamento bibliográfico;
- Coleta de dados a campo, com entrevista e aplicação de questionário com profissionais da área;
- Análise e estudo dos dados coletados.

Na Figura 02 está apresentado o fluxograma da metodologia utilizada para a elaboração do trabalho.

Figura 2: Fluxograma da metodologia.



Fonte: Autor (2016).

3.1.1.1 Pesquisa exploratória

Este tipo de pesquisa tem como objetivo, proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito, ou a construir hipóteses. A maioria dessas pesquisas envolve: levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado, e análise de exemplos que estimulem a compreensão. Seu objetivo principal é o aprimoramento de ideias (GIL, 2002).

Alguns autores, como Barros e Lehfeld (2000), descrevem a pesquisa exploratória como sendo pesquisa de campo, pois o investigador assume o papel de observador e explorador. O trabalho de campo se caracteriza pelo contato direto com o fenômeno de estudo.

3.1.1.2 Pesquisa bibliográfica

A pesquisa bibliográfica é feita tendo como base referências teóricas já analisadas e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos e páginas de *web sites* (FONSECA, 2002).

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço (GIL, 2002).

Para Marconi e Lakatos (2010), a finalidade deste tipo de pesquisa é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que já foi escrito sobre determinado assunto.

No presente trabalho será feito o uso de bibliografias com informações relevantes ao assunto tratado, conforme Fonseca (2002), a fim de recolher informações ou conhecimentos prévios para garantir fundamentos sólidos à realização do estudo.

3.1.2. Coleta de dados

Etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos (MARCONI e LAKATOS, 2010).

A coleta de dados aconteceu através de entrevistas com os sócios proprietários das organizações, os profissionais do ramo de contabilidade e a incubadora municipal, para maior aproveitamento das informações utilizou três roteiros de perguntas, específicos para cada segmento.

Para fazer as entrevistas, foram agendadas conforme disponibilidade de horário e data, ou solicitadas diretamente na empresa ou escritório, sendo todas presenciais. O critério utilizado para a escolha de empresas a serem entrevistadas consistiu na necessidade de atuação no ramo da construção civil. Além disso, os escritórios contábeis deveriam possuir experiência neste ramo.

Como o estudo não tem intenção de se fazer um levantamento estatístico, valeu-se de amostras por julgamento de 15 empresas no ramo da construção civil, 05 escritórios contábeis e a Fundação para o desenvolvimento científico e tecnológico (FUNDETEC).

As entrevistas foram realizadas no período de 12 de setembro a 23 de setembro de 2016, e cada entrevista teve duração entre 15 e 20 minutos para os empresários, e em média 40 minutos aos contadores e todo um horário comercial vespertino com a FUNDETEC. Cabe salientar, que na minoria, algumas empresas negaram sua participação no estudo.

Ao final de cada encontro, foi recolhida a assinatura da declaração de aceite de entrevista, conforme Figura 07.

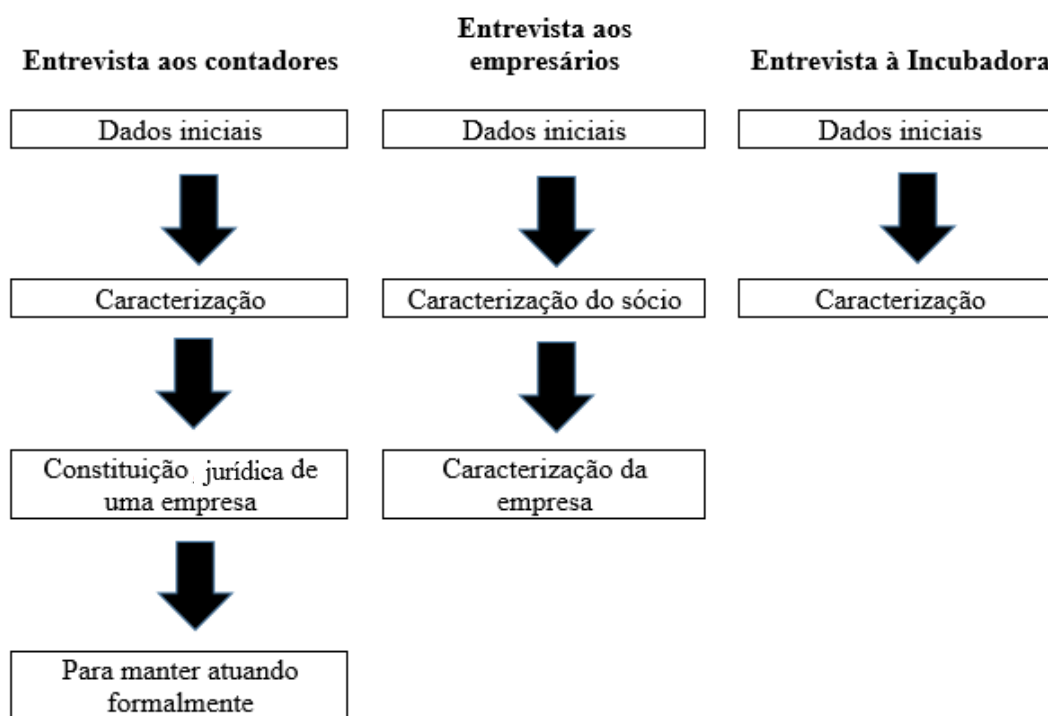
3.1.2.1 Planilha de entrevistas

O motivo da padronização é obter dos entrevistados respostas aos mesmos questionamentos, permitindo que todas elas sejam comparadas com o mesmo conjunto de perguntas (MARCONI e LAKATOS, 2010).

Na Figura 04 estão as planilhas utilizadas nas entrevistas, que consiste no quadro de perguntas feitas aos contadores. A Figura 05 apresenta o quadro de perguntas feitas aos empresários e a Figura 06 demonstra a estrutura das perguntas feitas à FUNDETEC.

Cada uma delas foi subdividida sequencialmente da seguinte forma, Figura 03:

Figura 3: Estrutura das planilhas.



Fonte: Autor (2016).

Figura 4: Entrevista aos contadores.



**CENTRO
UNIVERSITÁRIO**

DATA: / / Nº

ENTREVISTA AOS CONTADORES

Dados iniciais:

Responsável Técnico: _____

Escritório: _____

Endereço: _____

Fone: _____

E-mail: _____

Gênero: () Masculino () Feminino

Idade: () 20 a 25 () 26 a 30 () 31 a 35 () 36 a 40 () 41 a 45 () 46 a 50
 () 51 a 55 () 56 a 60 () 61 a 65 () 66 a 70 () 71 a 75 () 76 a 80 () 81 ou mais.

Caracterização:

1) Tempo de experiência no ramo?
 () 0 a 5 anos () 6 a 10 anos () 11 a 15 anos () 16 ou mais

2) Para quantas e quais empresas de engenharia presta serviço?

Constituição jurídica de uma empresa:

3) Quais as etapas?
 4) Quais os prazos de cada etapa?
 5) Quais os documentos necessários?
 6) Quais os custos envolvidos?

Para manter atuando formalmente:

7) Quais são os impostos fixos, mensais e anuais?
 8) Para atender a burocracia, o que é feito para manter uma empresa atuando?
 9) O escritório contábil fornece alguma forma de auxílio a empresa, em seu cotidiano, por exemplo, no setor trabalhista ou financeiro?

Centro Universitário FAG | Phone: +55 (45) 3321-3900 | Avenida das Torres, 500 | Bairro FAG | Cascalheira | Paraná

www.fag.edu.br

Figura 5: Entrevista aos empresários.



**CENTRO
UNIVERSITÁRIO**

DATA: / / Nº

ENTREVISTA AOS EMPRESARIOS

Dados iniciais:

Proprietário: _____

Nome do estabelecimento: _____

Endereço: _____

Fone: _____

E-mail: _____

Gênero: () Masculino () Feminino

Idade: () 20 a 25 () 26 a 30 () 31 a 35 () 36 a 40 () 41 a 45 () 46 a 50
 () 51 a 55 () 56 a 60 () 61 a 65 () 66 a 70 () 71 a 75 () 76 a 80 () 81 ou mais.

Caracterização:

- 1) A quanto tempo é empresário?
 () 0 a 5 anos () 6 a 10 anos () 11 a 15 anos () 16 ou mais
- 2) Qual o seu grau de instrução?
 () Ensino Fundamental () Ensino Médio () Ensino Superior. Qual curso?

- 3) Se considera empreendedor? Por quê?
- 4) Quais as maiores dificuldades quando da constituição da empresa?
 () Falta de informação () Dinheiro
 () Burocracia () Alta carga Tributária () Logística
 () Mão de obra () Local físico para o negócio
- 5) Quais as maiores dificuldades da vida empresarial?
- 6) Por que optou ser empresário?
 () Prestigio () Sonho
 () Riqueza () Histórico Familiar
 () Independência () Outros motivos. Quais? _____

Centro Universitário FAG | Fone: +55 (41) 3321-3900 | Avenida das Torres, 500 | Bairro FAG | Cocaltel | Paraná

www.fag.edu.br



**CENTRO
UNIVERSITÁRIO**

DATA: / /

Nº

- 7) Sua formação contribuiu para a vivência do empreendedorismo, de que forma?
☐ Insuficiente ☐ Não houve ☐ Suficiente ☐ Satisfatória
- 8) A quais profissionais recorreu ao decidir abrir seu próprio negócio?
☐ Advogado
☐ Contador
☐ Instituição financeira (gerente)
☐ Consultores
☐ Agência de publicidade
☐ Concorrentes
☐ Fornecedores
☐ Outro. Qual? _____

Caracterização da empresa:

- 9) Para dar início ao empreendimento, você possuía todo recurso financeiro necessário?
☐ Sim ☐ Não ☐ Parcial, se parcial, qual porcentagem? _____
- 10) Qual forma de captação financeira foi utilizada?
☐ Bancos Comerciais ☐ Venda de Imóvel
☐ Investidores ☐ Venda de outros bens
☐ Família ☐ Outro. Qual? _____
- 11) Produtos/serviços ofertados?
- 12) E feito algum tipo de publicidade?
☐ Sim. Quais? ☐ Não
☐ Jornal ☐ Rádio
☐ Televisão ☐ Redes sociais
☐ Outdoor ☐ Outro. Qual? _____
- 13) Quanto a Publicidade, o Sr(a) considera.
☐ Gasto desnecessário ☐ Investimento
☐ Compensatório ☐ Não compensa
☐ Traz resultados significativos
- 14) Quais dicas você daria para os engenheiros recém-formados?

Figura 6: Entrevista a incubadora.



**CENTRO
UNIVERSITÁRIO**

DATA: / / Nº

ENTREVISTA A INCUBADORA

Dados iniciais:

Responsável Técnico: _____

Nome do estabelecimento: _____

Endereço: _____

Fone: _____

E-mail: _____

Caracterização:

- 1) A incubadora auxilia o empreendedor com a parte burocrática da concepção da empresa?
 () sim () não
- 2) Qual a taxa de sucesso das empresas incubadas?
- 3) Quais os requisitos necessários para receber incubação?
- 4) Qual a maior dificuldade apresentada pelas empresas em seu nascimento?
- 5) A incubadora fez/faz o auxílio a empresas no ramo de construção civil? Quais? Quantas?
- 6) Qual o procedimento de incubação de empresas?
- 7) A incubadora no momento está atendendo sua capacidade máxima?
- 8) Qual o número de empresas sendo atendidas?
- 9) Quantas empresas ainda comporta a instituição?
- 10) Qual o público alvo de uma incubadora?
 () Estudantes
 () cientistas, empreendedores
 () empresas que desejem desenvolver novos projetos, produtos e serviços baseados em tecnologia inovadora.
 () outros. Quais? _____
- 11) Uma empresa incubada tem isenção ou benefícios tributários?
 () sim
 () não
 Se sim, quais tipos? _____

Centro Universitário FAG | Fone: +55 (41) 3321-3900 | Avenida das Torres, 500 | Bairro FAG | Cascavel | Paraná

www.fag.edu.br

Fonte: Autor (2016).

Figura 7: Entrevista a incubadora.

**CENTRO
UNIVERSITÁRIO**



DECLARAÇÃO

Razão social: _____
Nome Fantasia: _____
Endereço: _____ Nº _____
Bairro: _____
Ramo: _____
Responsável: _____ cpf: _____

O responsável Supra citado declara que concedeu entrevista ao Acadêmico Victor Augusto Menegassi Lino, CPF: 063.224.669-33 do curso de Engenharia Civil do Centro Universitário FAG, para realização do Trabalho de Conclusão de Curso do mesmo.

Declaro verdade,

ENGENHARIA CIVIL

Responsável

**CASCADEL - PR
2016**

Centro Universitário FAG | Phone: +55 (41) 3321-3900 | Avenida das Torres, 508 | Bairro FAG | Cascavel | Paraná

www.fag.edu.br

Fonte: Autor (2016)

3.1.3 Análise de dados

Na análise, o pesquisador entra em mais detalhes sobre os dados decorrentes do trabalho, a fim de conseguir respostas às suas indagações, e procura estabelecer as relações necessárias entre os dados obtidos e as hipóteses formuladas (MARCONI e LAKATOS, 2010).

A análise de dados foi interpretada conforme as informações coletadas através das entrevistas feitas em trabalho de campo, confrontando com os conceitos levantados na revisão bibliográfica.

Conforme Mattar (2002), a análise e interpretação de dados compreende a transformação dos dados brutos coletados, em informações relevantes, para solucionar ou ajudar na solução do problema que deu origem à pesquisa.

De acordo com os objetivos propostos para este estudo, foi desenvolvida uma análise qualitativa e quantitativa dos dados, em função da natureza do presente problema.

As pesquisas que se utilizam da abordagem qualitativa possuem a facilidade de poder descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema, permitindo a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos (OLIVEIRA, 2002).

A pesquisa qualitativa se concentra na objetividade, ela recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno ou evento (FONSECA, 2002).

Conforme Fonseca (2002) explana, a utilização em conjunto da pesquisa qualitativa com a quantitativa permite recolher mais informações de que se poderia conseguir isoladamente.

Para analisar os dados coletados, foi feita a tabulação item por item quanto as suas divisões, e depois transformados em gráficos e tabelas por meio do uso do *software Microsoft Excel 2013*, o que auxiliou na interpretação confrontando com conceitos apresentados no referencial teórico, visando responder os objetivos deste estudo.

CAPÍTULO 4

4.1 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1.1 Pesquisa aos contadores

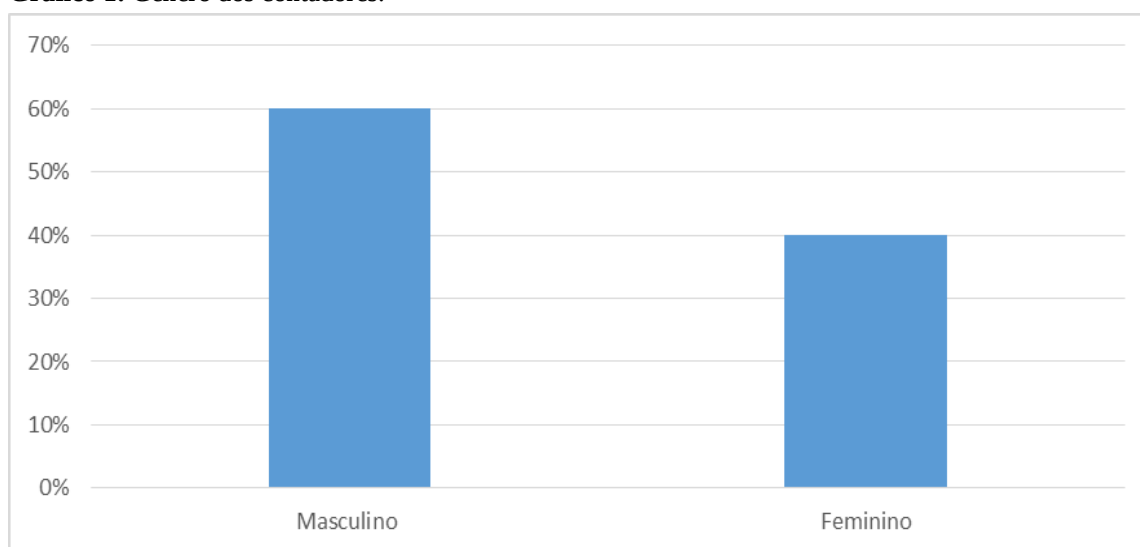
Na busca por cinco contadores para a coleta de dados, houve dificuldade de encontrar no escritório o contabilista que faz a parte de abertura das empresas. A impressão que se tem é a necessidade de realizarem muitas atividades fora do gabinete.

Apenas a primeira das entrevistas foi agendada, devido à dificuldade de conseguir o agendamento das próximas. As 4 restantes foram sem marcar horário, a partir daí foi mais fácil conseguir o encontro.

De maneira geral, houve receptividade nos escritórios contábeis, todos demonstraram interesse em esclarecer as dúvidas e total domínio do assunto, na parte do roteiro para se constituir a empresa. Sobre os impostos, os entrevistados ficaram um pouco confusos sobre o que a pergunta buscava de resposta, mas ofereceram total suporte.

4.1.2.1 Caracterização dos contadores

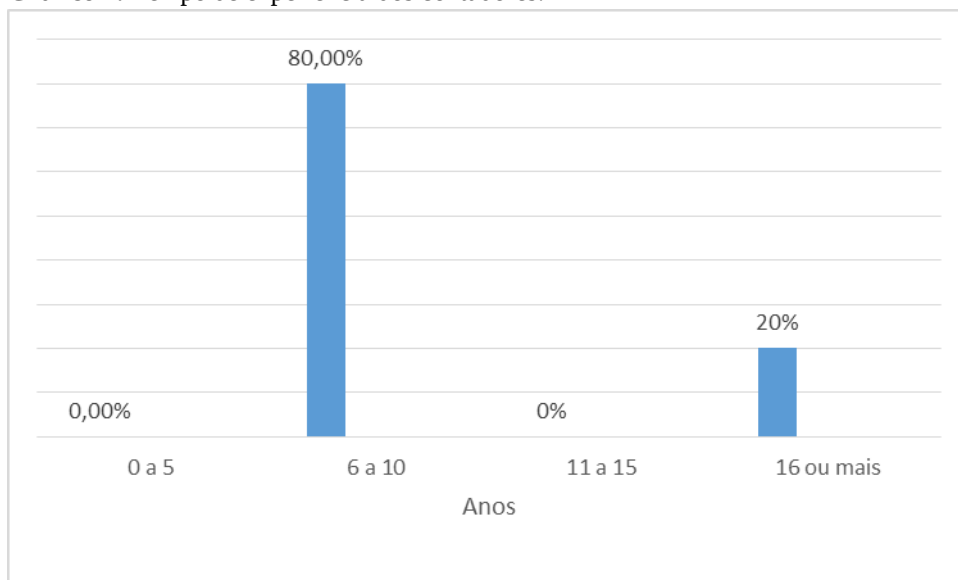
Gráfico 1: Gênero dos contadores.



Fonte: Autor (2016).

Ao analisar o gênero dos contadores, percebeu-se que a maioria deles são homens, com 60%, seguido dos 40% de mulheres, conforme o Gráfico 1, e com a idade média de 26 a 30 anos.

Gráfico 2: Tempo de experiência dos contadores.



Fonte: Autor (2016).

No Gráfico 02, ilustra que a maioria dos contadores detém entre 06 e 10 anos de experiência no ramo da contabilidade, apenas 20% diverge dessa realidade, podendo considerar um tempo de serviço bom, o que faz as informações serem respaldadas na experiência deles.

Todos os escritórios de contabilidade, utilizados para a coleta de dados, prestam serviços a mais de 3 empresas, até um escritório que chega a 10 do ramo de construção civil, tais como construtoras, projetistas, engenharia elétrica e pré-moldados.

4.1.2.2 Constituição jurídica de uma empresa

A seguir apresenta-se um *check list* demonstrado no Quadro 1, que revela as etapas, prazos de cada etapa, documentos necessários e custos envolvidos para se habilitar a empresa juridicamente, dados obtidos através das entrevistas aos contadores.

Quadro 1 – Etapas para habilitação jurídica.

	Etapas	Prazo (dias)
1º	Contratar um contador	1
2º	Análise prévia na prefeitura, para averiguar se o endereço é permitido para atividade (CNAE)	1
3º	Levar documentos pessoais e comprovante de endereço para contrato social	-
4º	Consultar as opções de nomes (razão social) inéditas	2
5º	Contador efetuar o contrato social	2 a 3
6º	Assinatura do contrato	-
7º	Registro do contrato na junta comercial	3
8º	Registro na Receita Federal (CNPJ)	4
9º	Solicitar inscrição da receita estadual	2
10º	Solicita-se o alvará do corpo de bombeiros	-
11º	Vistoria do corpo de bombeiros	-
12º	Solicitar o alvará da Prefeitura	-
13º	Vistoria da Prefeitura	-
14º	Receber alvará da Prefeitura e corpo de bombeiros	20 a 60
15º	Registrar a empresa no conselho da classe	15

Fonte: Autor (2016).

A Análise da consulta prévia do endereço para verificar a compatibilidade dele com a atividade que a empresa irá desenvolver pode ser feita na cidade de Cascavel-PR através do endereço eletrônico do GEO Portal do município.

Os documentos pessoais necessários são os dos nomes que constaram no contrato social. Também é necessário apresentar contrato de locação ou escritura do imóvel que será sede da empresa.

A solicitação de registro na Junta Comercial pode ser feita pelo endereço eletrônico da Junta comercial do Paraná, pelo mesmo sítio pode-se fazer o acompanhamento do processo.

Segundo os contadores, em média, os gastos para constituir juridicamente a empresa é de R\$ 800,00 a R\$ 1500,00, o que varia devido aos honorários cobrados diferentemente para cada escritório de contabilidade.

A empresa está apta a começar suas atividades e emitir nota fiscal após receber o alvará da Prefeitura Municipal e do corpo de bombeiros, e feita habilitação técnica pelo registro no órgão regulamentador da classe.

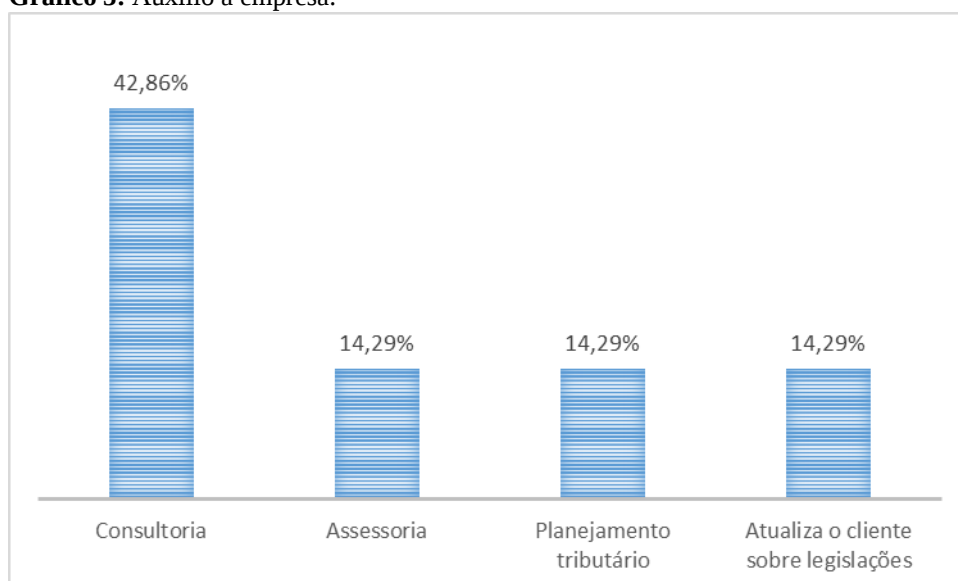
4.1.2.3 Para manter atuando formalmente

Para manter a empresa atuando, existem tributos a serem recolhidos, renovações de documentos, contribuições, registros e licenças a serem pagas anualmente que dependem muito da área de atuação da empresa e está relacionado ao Simples Nacional.

A dica que se tem é de que os contadores realizam o controle dessa situação e repassam as informações ao dono das companhias, pois se trata de uma área muito complexa que, somente um profissional capacitado tem conhecimento técnico suficiente para tal.

A relação que os contadores têm com o exercer das atividades empresariais do cotidiano estão demonstradas no Gráfico 3.

Gráfico 3: Auxílio a empresa.



Fonte: Autor (2016).

Nota-se que todas prestam alguma forma de auxílio, como representado no Gráfico 3, largamente difundida está a consultoria que é um serviço de aconselhamento de forma objetiva para dar a possibilidade de identificar problemas gerenciais e oportunidades de melhoria.

4.1.3 Pesquisa aos empresários

As entrevistas realizadas entre os sócios das 15 empresas do ramo da construção civil demandaram menor tempo em relação as outras, isso se deu devido ao questionário, mesmo que com maior quantidade de perguntas, apresentar respostas mais objetivas.

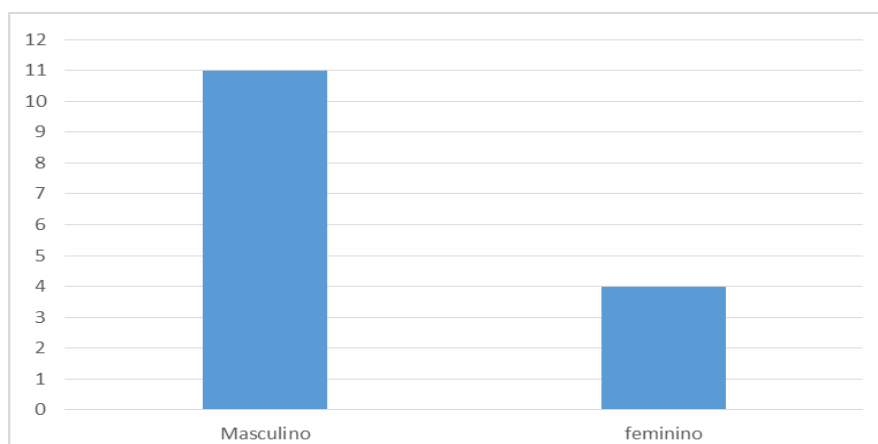
Muitas das vezes, o tempo de espera na recepção foi grande, o que dificultou agendar horário para as próximas entrevistas, por esse motivo, apenas três, das 15 entrevistas foram agendadas.

Os profissionais mostraram-se bastante interessados em colaborar com a pesquisa e demonstraram apoio ao tema do trabalho, por ser um assunto pouco difundido.

4.1.3.1 Caracterização dos proprietários

Toda empresa particular só existe porque houve alguém que a iniciou, sendo considerada importante avaliá-la.

Gráfico 4: Gênero dos empresários.



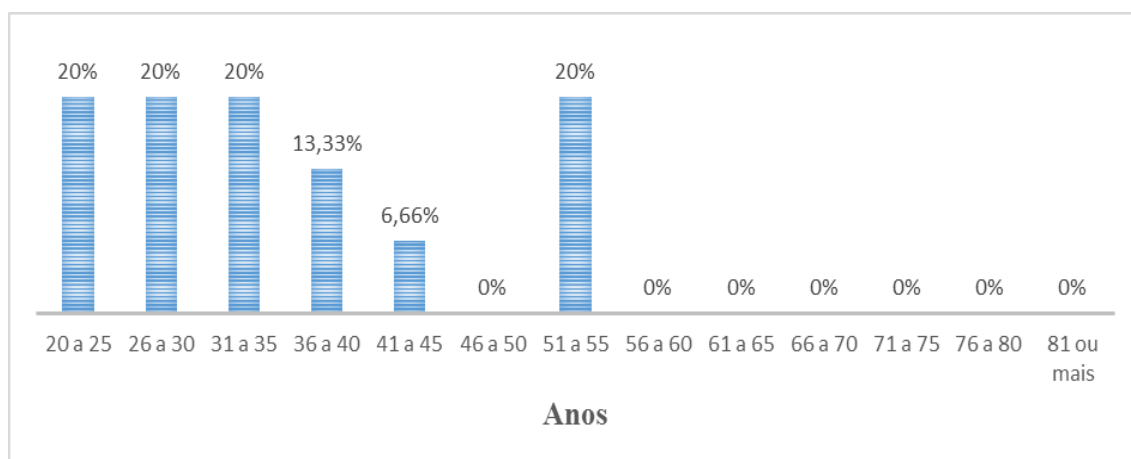
Fonte: Autor (2016).

Ao analisar o gênero dos sócios proprietários da cidade de Cascavel percebeu-se que a maioria são homens, das 15 pessoas entrevistadas, 11 dessas eram homens e apenas quatro eram mulheres, como demonstrado no Gráfico 4.

A inserção da mulher no mercado de trabalho vem aumentando, mas ainda há a presença predominantemente masculina e via de regra, as mulheres recebem salários menores que os homens, para o mesmo trabalho (HOFFMANN e LEONE, 2004).

Porém para o empreendedorismo essa situação muda, pois o que vale é a competência de cada um.

Gráfico 5: Idade dos empresários.

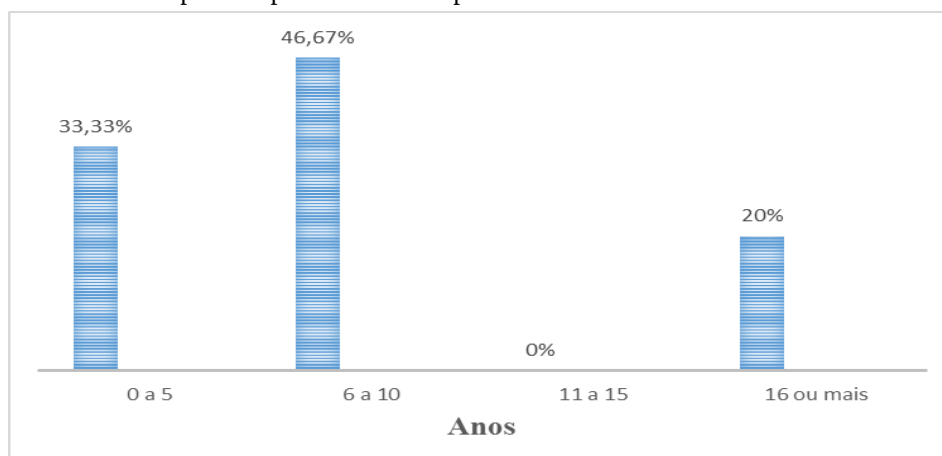


Fonte: Autor (2016).

Conforme o gráfico 5, a idade dos empresários ficou, majoritariamente, no intervalo de 20 a 35 anos de idade representada por 60% dos casos. Outra margem expressiva foi de 51 a 55 anos de idade, com 20%.

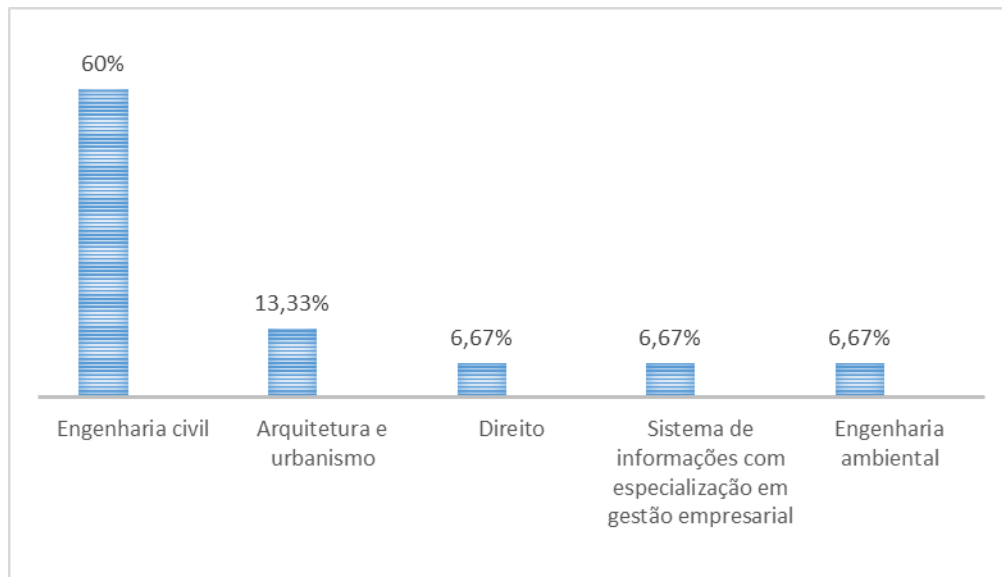
O Intervalo de idade encontrado com a coleta de dados, foi condizente com os dados da pesquisa realizada em 2011 pela GEM (Global Entrepreneurship Monitor), demonstrando que mesmo em 2016, a faixa etária dos empreendedores continua próxima.

Mas para Corrêa (2011), a idade não é fator determinante para o sucesso, isso não passa de uma falsa ideia, o que determina se um empreendedor irá ter sucesso é seu forte desejo de realização e de mudar a realidade.

Gráfico 6: Tempo de experiência dos empresários.

Fonte: Autor (2016).

No Gráfico 6, ilustra que a maioria dos empresários detém entre seis e dez anos de experiência no ramo da construção civil e a minoria de 20%, possui tempo de experiência maior que 16 anos.

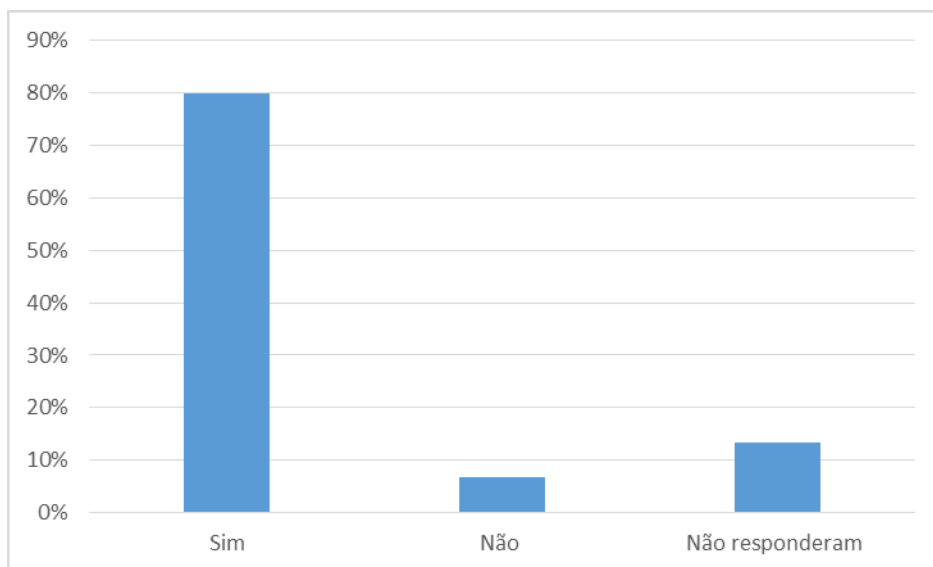
Gráfico 7: Graduação.

Fonte: Autor (2016).

Todas as firmas utilizadas para a coleta dos dados apresentaram seu proprietário contando com ensino superior, não necessariamente uma obrigatoriedade para qualquer empresa. O Gráfico 7 revela que 60% dos entrevistados são engenheiros civis vindo em seguida com 13,33% formados em arquitetura e urbanismo. O gráfico também apresenta

donos de empresas de construção civil que não se graduaram em cursos diretamente ligados ao ramo, que somam um total de 20,01%.

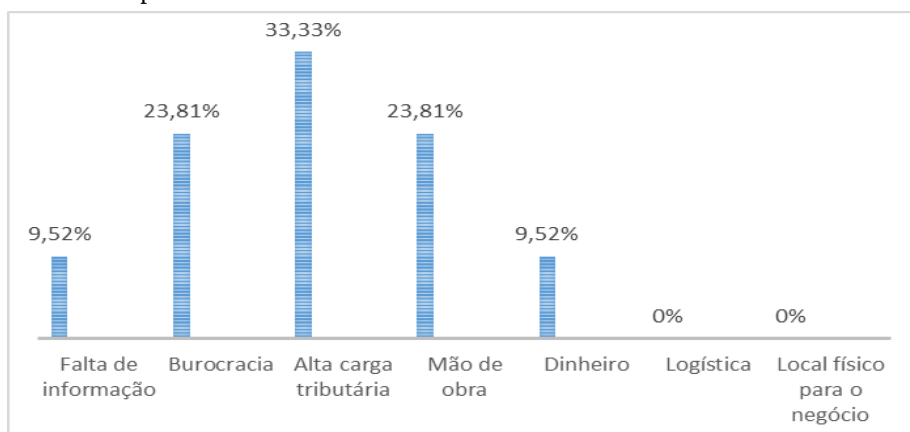
Gráfico 8: Opinião sobre empreendedorismo.



Fonte: Autor (2016).

Ao questionar os entrevistados sobre sua opinião em se considerar empreendedor e o porquê, obteve-se, 80% das respostas positivas conforme Gráfico 8, assim demonstrado com o Gráfico 9 abaixo, e justificou-se que por correr riscos, enfrentar obstáculos e por ter iniciativa de buscar algo novo ou melhor para a sociedade, consideram-se empreendedores. As respostas tiveram bastante similaridade com o apresentado por Leite (2000), e Greco *et al* (2010) que ainda diz que o empreendedorismo gera riquezas e empregos, melhorando o país e a vida da população.

Gráfico 9: Opinião sobre dificuldades.



Fonte: Autor (2016).

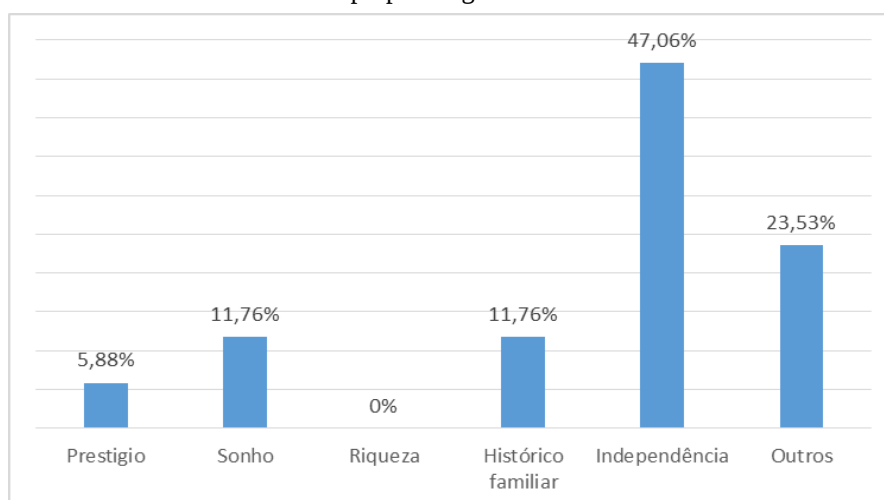
Descobriu-se através da pesquisa, as maiores dificuldades enfrentadas no nascimento de uma empresa, elas se manifestam de diferentes formas, dependendo dos serviços e produtos ofertados. No Gráfico 9, pode-se observar as dificuldades mais citadas pelos entrevistados.

Percebe-se que há um despreparo na formação dos profissionais e falta de experiência em lidar com a burocracia, que representa 23,81% da queixa dos empresários, e entende como um protesto a maior dificuldade ser representada por alta carga tributária, com 33,33%.

Conforme Arantes (1998), a visão predominante sobre empresas é que o principal objetivo delas é maximizar o lucro, tendo em seu ambiente externo fatores que dificultam, como a legislação tributária.

Vale lembrar que o entrevistado pode ter respondido mais de uma alternativa.

Gráfico 10: Motivos de ter um próprio negócio.



Fonte: Autor (2016).

O Gráfico 10 ilustra que a grande maioria dos gestores entrevistados (47,06%), optou ser dono do próprio negócio para buscar a independência. Percebe-se que ter essa resposta como maioria demonstra uma possível insatisfação com os empregos anteriores, essa infelicidade pode estar voltada tanto a cumprir carga horária como a tomada de decisões.

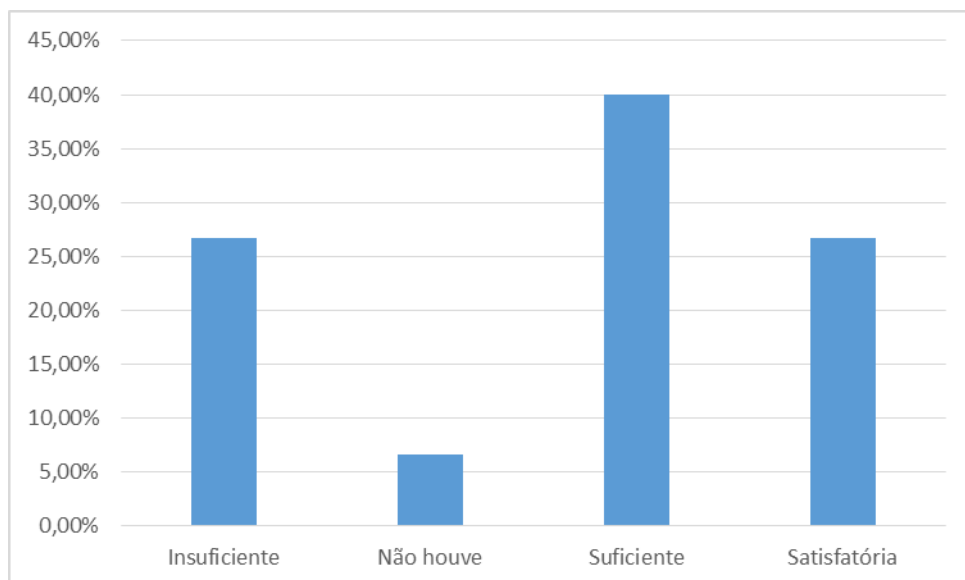
A insatisfação com os empregos anteriores e também a infelicidade com autocracia imposta pelos chefes são alguns dos motivos levantados por Hoshimoto (2013), para descrever a alta taxa de busca por independência pelos empreendedores.

Ainda analisando o mesmo gráfico, em 23,53% dos casos foram sugeridas novas respostas pelo motivo a que optaram ser empresários, os quais são: estratégia para novos

investimentos, liberdade para aplicar o conhecimento, solicitação dos clientes e vontade de possuir empresa própria.

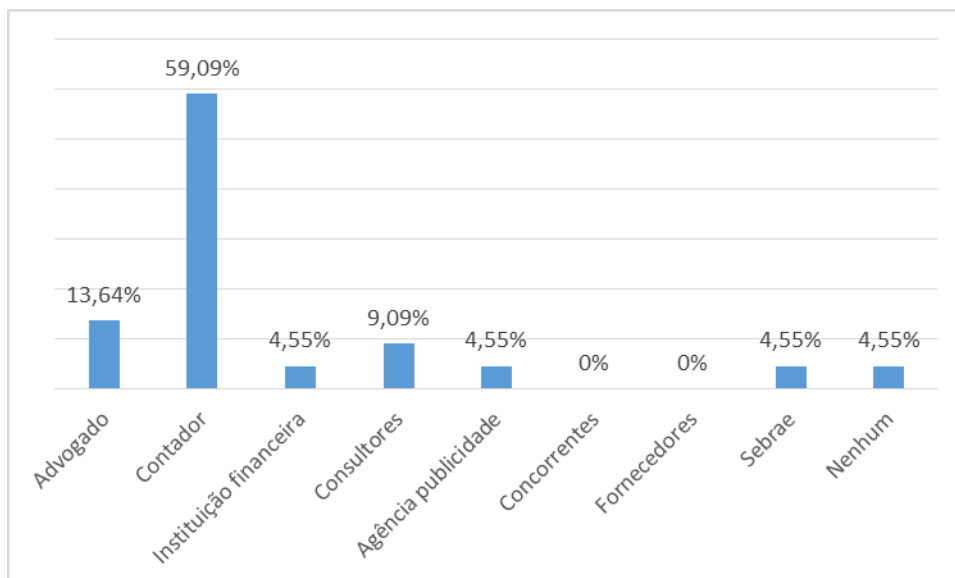
Vale lembrar que o entrevistado pode ter respondido mais de uma alternativa

Gráfico 11: Opinião sobre vivência do empreendedorismo.



Fonte: Autor (2016).

Talvez uma graduação no ensino superior não contribua para a vivência do empreendedorismo. Com essa questão foi possível avaliar o que os entrevistados acham perante sua formação em questão ao amparo que receberam, ou seja, 40% dos casos apresentaram que a graduação foi suficiente em relação ao empreendedorismo conforme demonstrado no Gráfico 11.

Gráfico 12: Profissionais auxiliares.

Fonte: Autor (2016).

Foi levantado a quais profissionais o proprietário da empresa recorreu ao tomar a iniciativa de abrir o próprio negócio. O Gráfico 12 demonstra que quase 60% buscou auxílio de contadores e 13,64 % a advogados, ganhando a segunda posição.

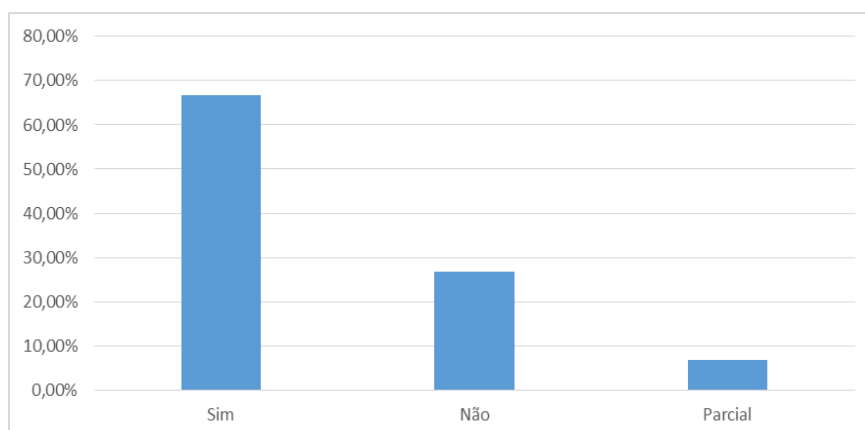
É de extrema importância, buscar assessoria de advogados e contadores e até outros profissionais que tenham experiência no assunto para dar auxílio, é fundamental para evitar resultados frustrantes.

Vale lembrar que o entrevistado pode ter respondido mais de uma alternativa

4.1.3.2 Caracterização da empresa

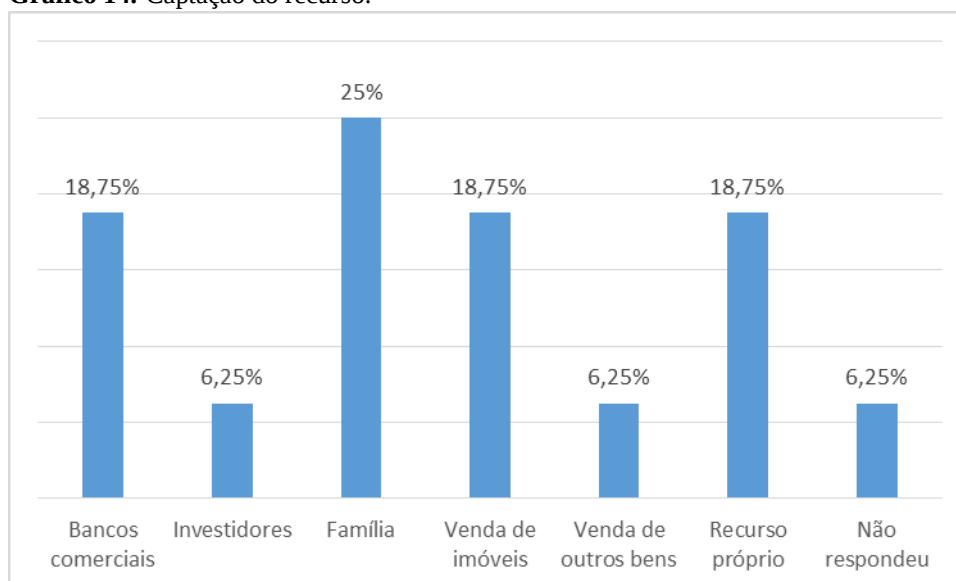
Nessa etapa, foi abordado o perfil das empresas da cidade de Cascavel-PR, com base na entrevista aplicada aos gestores para obter informações referentes ao recurso financeiro utilizado na inicialização da companhia, publicidade, produtos e serviços ofertados.

Foi questionado aos entrevistados sobre o início do empreendimento, se eles possuíam o recurso financeiro necessário para o começo do negócio em total ou parcial ou até mesmo se não contavam com nenhuma parcela, Gráfico 13.

Gráfico 13: Recurso financeiro.

Fonte: Autor (2016).

Para abrir qualquer que seja a empresa, é necessário dispor do recurso financeiro, mesmo que parcial. Para viabilizá-la, observa-se que 26,67% conforme Gráfico 13, correram maiores riscos que os demais, por não contar com nenhuma parte do recurso monetário de inserção inicial.

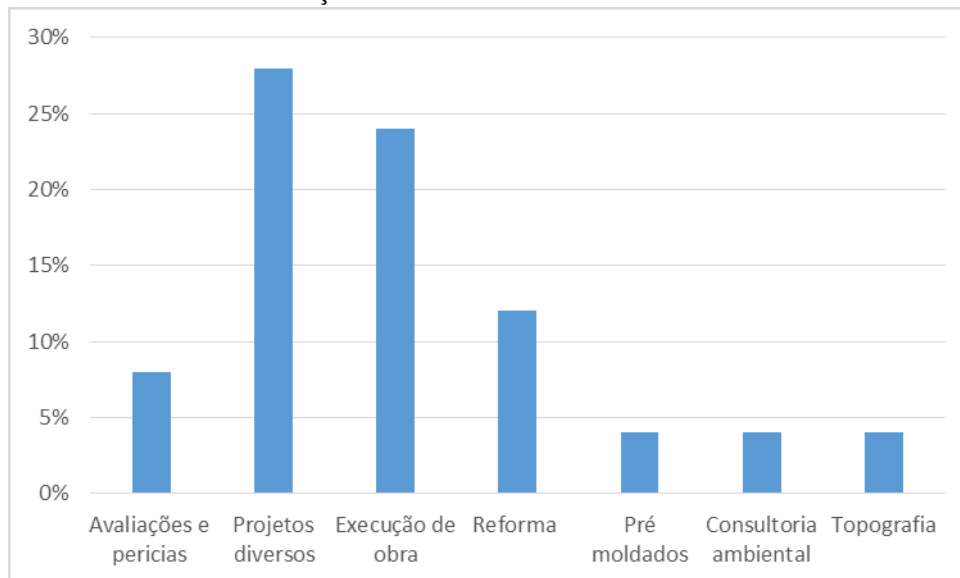
Gráfico 14: Captação do recurso.

Fonte: Autor (2016).

Aos que detinham parcialmente, ou total dos recursos financeiros, obteve o conhecimento de como foi a forma de captação do dinheiro. Pode-se destacar que a diferença entre os que detinham o recurso financeiro por meio da família e aos que o fizeram de outra forma, como venda de imóveis e empréstimos em bancos comerciais, conforme Gráfico 14, é pequena, apenas 6,25% demonstrou não possuir dinheiro suficiente para iniciar o próprio negócio, o que não se torna um motivo para não abrir a empresa.

Os produtos e serviços oferecidos constam no Gráfico 15, vale lembrar que as empresas podem oferecer mais de um tipo de serviço ou produto.

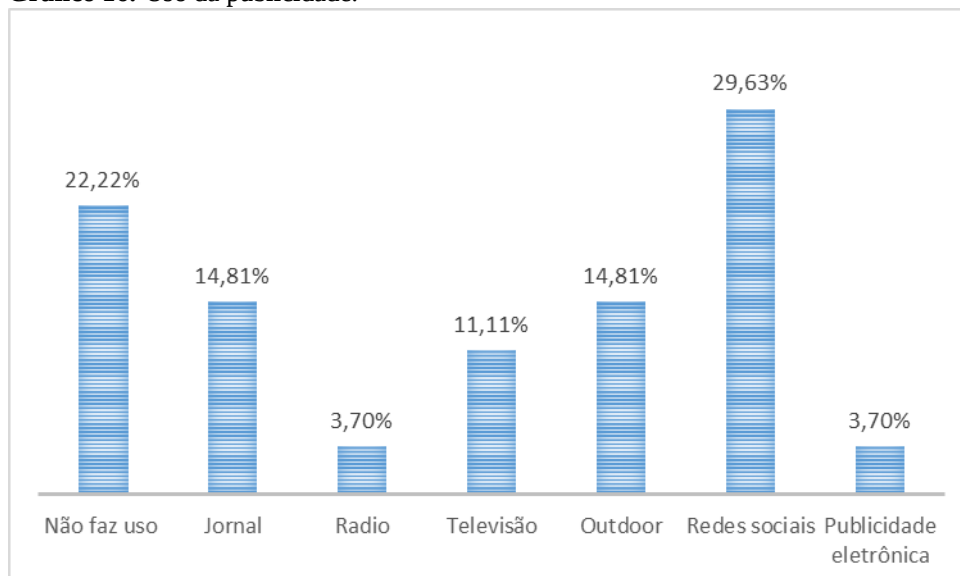
Gráfico 15: Produtos e serviços ofertados.



Fonte: Autor (2016).

A maioria das empresas de construção civil oferece projetos e execução de obra, abrangendo, juntas, o total de 52,00%.

Gráfico 16: Uso da publicidade.



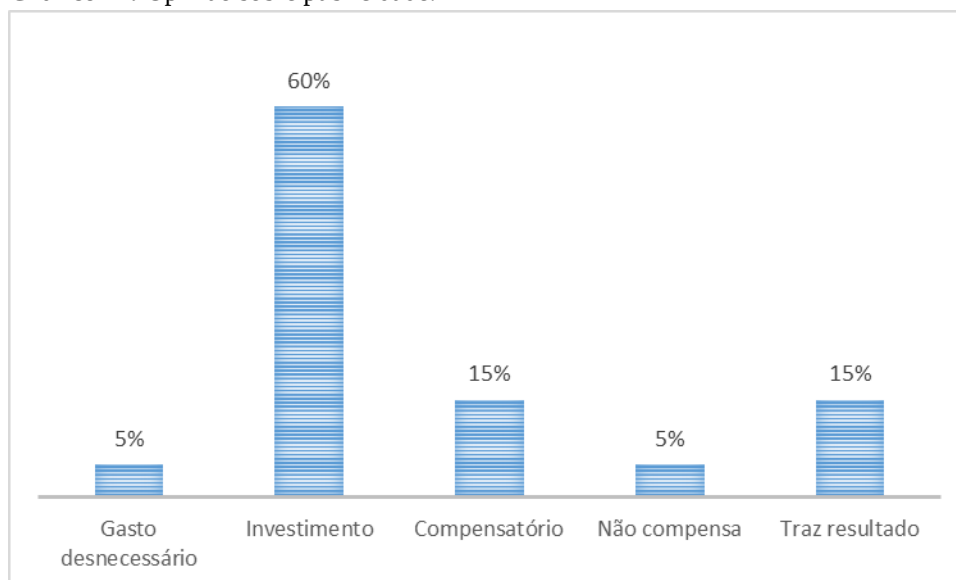
Fonte: Autor (2016).

Para levar ao conhecimento dos clientes os produtos e serviços ofertados são necessários ser divulgados, como mostra o Gráfico 16, cerca de 29,63% dos que fazem propaganda usam redes sociais como meio de publicidade, nota-se que o uso dela é o mais

difundido por ter longo alcance e um custo benefício bem atrativo, mesmo assim, 40% dos entrevistados não utiliza nenhuma forma de publicidade.

Vale lembrar que o entrevistado pode ter respondido mais de uma alternativa

Gráfico 17: Opinião sobre publicidade.



Fonte: Autor (2016).

De forma destacada no Gráfico 17, a maioria dos empresários, exatos 60% julga a publicidade um investimento, portanto consideram a possibilidade de retorno futuro. Para Carvalho (2010), a decisão de investir tem que ter como indutores, expectativas de retorno bastante favoráveis, de modo a compensar os custos desta opção.

4.1.3.3 Dicas aos recém-formados

Ao final da entrevista, deixou-se um espaço para o entrevistado dar algumas dicas para engenheiros recém formados, segue as dicas deixadas por eles:

- Buscar qualificação constante;
- Buscar parcerias profissionais;
- Remuneração é algo que vem naturalmente com o tempo;
- Iniciar a vida profissional como funcionário até adquirir experiência e maturidade e depois abrir o próprio negócio;
- Ser humilde;
- Buscar trabalhar na área que lhe traga satisfação pessoal;

- Manter a ética;
- Especializar-se;
- Fazer propaganda;
- Foco, dedicação e honestidade;
- Comprometimento e persistência;
- Analisar o mercado antes de empreender no próprio negócio.

4.1.4 Pesquisa à incubadora

Para conseguir a entrevista houve o contato por telefone com a gerente da incubadora, o qual foi marcado dia e horário que melhor se encaixaria nas possibilidades de ambos. Ocorreu por parte da gerente a sugestão de realizar a pesquisa no SEBRAE de Cascavel-PR, órgão parceiro da incubadora, sendo possível ter apoio no que fosse necessário para a coleta de dados.

A realização da entrevista, feita para obter as informações referente a fundação, demandou todo o período de horário comercial vespertino, por ser extenso em perguntas não objetivas e pelo interesse em transmitir conhecimento por parte da entrevistada, que excedeu as fronteiras das perguntas estruturadas para o encontro, e transmitiu maiores informações e apoio para a área de empreendedorismo.

A seguir, tem-se as respostas obtidas no encontro com a gerente do centro FUNDETEC e a análise delas.

4.1.4.1 Burocracia

Com a entrevista feita à incubadora, a primeira pergunta referente a incubação de uma companhia foi que, se com a fundação, o empreendedor recebe auxílio na parte burocrática da criação de uma empresa.

Como resposta se obteve o seguinte “A incubadora presta o auxílio ao empreendedor com a parte burocrática da concepção da empresa”, quesito muito importante, pois cerca de 23,81% dos empresários entrevistados nesse mesmo trabalho disseram que uma das maiores dificuldades da constituição de uma empresa é a parte burocrática.

4.1.4.2 Taxa de sucesso

Por conseguinte, foi elencado qual é a taxa de sucesso do histórico das empresas que já foram incubadas, estimou-se que em torno de 70% das que já se graduaram no processo. O que retrata um valor alto de êxito, o que demonstra ser uma alternativa boa ao proprietário de uma empresa buscar incubá-la, aumentando suas chances de crescimento e diminuindo as de encerrar suas atividades. Vale salientar que as incubadoras são entidades sem fins lucrativos destinadas a amparar o estágio inicial de empresas nascentes, dando total viabilidade a este processo.

4.1.4.3 Procedimento e requisitos

Para incubar uma empresa na FUNDETEC, é preciso atender a dois requisitos, o primeiro é ingressar no edital da Usina de Negócios Inovadores e participar do processo de pré-incubação por um período de 2 meses. Segundo, é ter o plano de negócios estruturado e uma ideia de produto, serviço ou processo inovador ou tecnológico.

O procedimento de incubação de empresas é fazer inscrição no edital de pré incubação da UNI (Usina de Negócios Inovadores), estruturada por meio de parceria entre a FUNDETEC, UNIOESTE e SEBRAE, com custo de inscrição no valor de R\$ 50,00 reais, ao qual são ofertadas 20 vagas.

Os selecionados receberão consultoria no prédio do *Nupeace*, na UNIOESTE. Serão aplicadas ferramentas de planejamento e preparação para a etapa da incubação que envolve análise da viabilidade operacional, mercadológica e econômico-financeira e a preparação do plano de negócios.

4.1.4.4 Dificuldades

Segundo dados da Fundação para Desenvolvimento Científico e Tecnológico, as maiores dificuldades apresentadas pelas empresas em seu nascimento é obter capital de giro e gestão.

Conforme Silva (2009), o capital de giro é necessário para suprir as operações de compra e venda de mercadorias e produtos de uma empresa. Problema que pode desenvolver

prejuízos na obtenção de lucro suficiente para cobrir os riscos da atividade econômica e até mesmo, sequer conseguir cobrir as despesas operacionais.

O que ocorre é que é normal o proprietário de uma empresa ter dificuldades em geri-la, geralmente possui maior domínio no conhecimento técnico do negócio, e para isso existem profissionais mais preparados a fornecer amparo e assessorias, prestar auxílio ao dono de uma empresa, como os contadores, advogados e até mesmo de uma incubadora que tem experiência no assunto para ajudar o empreendedor na gestão de sua firma.

4.1.4.5 Construção civil

Foi questionado à fundação se ela já atendeu alguma empresa no ramo da construção civil e, até o momento da coleta de dados, não houve nenhuma proposta de empresas nesse ramo, por esse motivo a incubadora ainda não prestou nenhum auxílio a essa área, mas diz estar aberta a recepcionar, caso apareça alguma.

4.1.4.6 Capacidade de atendimento

A incubadora, até o instante da entrevista não está atendendo sua capacidade máxima, conta com apenas cinco empresas incubadas residencialmente, duas *startups* (empresa nova, que conta com projetos promissores, ligados à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras), três no condomínio empresarial e dois na pré incubação. Ainda tem vagas para cinco residenciais, em barracões, módulos, *coworking* e a distância, essas não têm limite de vagas.

4.1.4.7 Público alvo

O público alvo de uma incubadora são estudantes, cientistas, empreendedores, empresas que desejam desenvolver novos projetos, produtos e serviços, baseados em tecnologia inovadora.

4.1.4.8 Tributos

Ser incubada pela fundação não dá isenção e nem benefícios tributários à empresa, ao contrário do que se imagina as empresas incubadas têm que cumprir com todas as obrigações de uma empresa, como qualquer outra comum.

CAPÍTULO 5

5.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca por independência, fez com que a maioria dos empreendedores entrevistados buscassem ter o próprio negócio, enfrentando dificuldades, riscos e tendo que superar obstáculos, que poderiam ter sido reduzidos se o preparo ao profissional tivesse sido maior.

Em função disto, o objetivo geral do trabalho foi fornecer um roteiro discriminado de como é feito para habilitar juridicamente uma empresa, o qual foi conseguido através de entrevistas a contadores experientes, deixando evidente a necessidade de contratar um profissional desta área para tal atividade.

O primeiro objetivo específico do presente estudo referiu-se a analisar o perfil empreendedor do proprietário da empresa, através de uma pesquisa de campo, sendo assim, quanto ao perfil empresarial, 80% consideraram-se empreendedores, pelo fato de correrem riscos, enfrentarem obstáculos e buscar algo novo ou melhor para a sociedade. Assim, confirma-se a tese do autor Leite (2000) que conceitua o empreendedor como aquele que possui a capacidade de criar e conduzir um empreendimento por conta própria.

O segundo objetivo específico foi estimar gastos necessários para habilitação jurídica de uma empresa, para tal, conclui-se que os gastos necessários para abrir um negócio estão relacionados ao pagamento das taxas cobradas pelos órgãos públicos, mais o custo dos honorários do contador, deixando de lado os gastos físicos do empreendimento, que durante o período da realização do trabalho, variou de R\$ 800,00 a R\$ 1500,00.

O terceiro objetivo específico referiu-se a caracterizar os aspectos para formalizar a abertura da empresa de construção civil, com isso identificou-se que a criação da empresa inicia-se no contrato social, passa por algumas etapas de registro na junta comercial, cadastro Federal e Estadual, vistorias e habilitação técnica no órgão competente. Então, está apta a desempenhar suas funções a partir do momento em receber o alvará municipal e do corpo de bombeiros.

Um fato importante a observar-se é o espaço físico necessário para a firma, primeiramente analisar se a atividade que pretende-se estabelecer a empresa pode ser desempenhada naquela localidade. Uma consulta breve ao GEO, Portal do município, serve para levantar essa informação, afim de não ocorrer imprevistos, como locar ou comprar um local que não poderá servir de sede para empresa.

A empresa só estará apta a começar suas atividades e emitir nota fiscal após conseguir habilitação técnica pelo órgão regulamentador da classe, receber o alvará da Prefeitura Municipal e do corpo de bombeiros. Tendo feito as vistorias, poderá haver a necessidade de adequações ao local físico e à parte burocrática da companhia.

Bem como Dornelas (2001) elenca, que para obter alvará de funcionamento, deve-se providenciar sua inscrição junto à Prefeitura Municipal.

O quarto objetivo específico objetivou-se determinar as razões que levaram os empreendedores de Cascavel a iniciarem suas atividades empresariais. Identificou-se a realidade vivida por aqueles que constituíram suas empresas, para analisar seu perfil, opiniões sobre o assunto, por quais razões seguiram esse caminho e a sugestão que deixam aos seus futuros pares de profissão. As razões que levam os empreendedores de Cascavel a abrir seu próprio negócio são a busca por independência, estratégia para novos investimentos, liberdade para aplicar o conhecimento, solicitação dos clientes e vontade própria.

O autor da pesquisa considera que o estudo agregou um inestimável conhecimento acadêmico. Neste sentido, destaca-se a importância de buscar conhecimento e aperfeiçoamento em áreas como oratória, raciocínio lógico, vendas, matemática financeira, para entender sobre juros, amortização, financiamentos, bolsa de valores, tesouro direto e mercado.

O auxílio de terceiros é importante e essencial para o desempenho das atividades profissionais, pois cada um tem sua especialidade em certa área de atuação. Há a necessidade de andar paralelamente um ao outro, tornando inviável desempenhar todas as funções sozinho.

CAPÍTULO 6

6.1 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

- Um comparativo de gastos administrativos entre uma empresa formal e uma informal de mesma área de atuação.
- Uma análise ética, comportamental e econômica de engenheiros civis concursados atuando na área pública.
- Um estudo do motivo que influencia o salário pago aos engenheiros, os abaixo do piso estabelecido por lei e os que recebem o piso ou acima.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ARANTES, N. **Sistema de gestão empresarial: conceitos permanentes na administração de empresa validas**. São Paulo, Atlas, 1998.

ATAL, J. P; ÑOPO, H; WINDER, N. **New century old disparities**. Disponível em <<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=2208929>> acesso em: 08 out. 2016.

BARROS, A. J. P; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia: um guia para a iniciação científica**. 3ªed. São Paulo, Makron Books, 2000.

CAPELLI, A. L. **Mudança organizacional e fatores críticos de sucesso: estudo de caso no sistema fiergs**. Porto Alegre. 2009.

CARVALHO, F. J. C. **Investimento, poupança e financiamento. Financiando o crescimento com inclusão social**. Disponível em <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjIsIuyxZTNAhXH0h4KHU3GDWYQFggdMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ie.ufrj.br%2Fmoeda%2Fpdfs%2Finvestimento_poupanca_e_financiamento.pdf&usg=AFQjCNE-5h991wIxx3RWctXQauHAIhDLeQ&sig2=2pydYdh42NXe9j6aktgHnw> acesso em: 17 mai. 2016.

CHIAVENATO, I. **Teoria geral da administração**. Rio de Janeiro, Campus, 2001.

CONFEA – Conselho Federal de Engenharia e Agronomia. **A falta de engenheiros**. Disponível em <<http://www.confea.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=15360&sid=1206>> acesso em: 12 mar. 2016.

CORREA, E. **A idade ideal para se tornar empresário**. Disponível em <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI223914-17152,00-AOS+OU+AOS+ANOS+A+IDADE+IDEAL+PARA+SE+TORNAR+EMPRESARIO+TRECHO.html>> acesso em: 08 out. 2016.

CUSTODIO, T. P. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. São Paulo. 2011.

DEGEN, R. **O Empreendedor: Fundamentos da Iniciativa Empresarial**. São Paulo, Makron books, 2004.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Disponível em <<http://www.martinsfontespaulista.com.br/anexos/produtos/capitulos/535380.pdf>> acesso em: 15 mar. 2016.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro, Campus, 2001.

DRUCKER, P. F. **Prática da administração de empresas**. São Paulo, Pioneira, 1998.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Disponível em <<http://www.ia.ufrj.br/ppgea/conteudo/conteudo-0121/1SF/Sandra/apostilaMetodologia.pdf>> acesso em: 03 mai. 2016.

GARBIN, D. **Mulheres já são donas de metade das novas micro e pequenas empresas**. Disponível em <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2016/03/mulheres-ja-sao-donas-de-metade-das-novas-micro-e-pequenas-empresas.html>> acesso em: 03 out. 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar um projeto de pesquisa 4º ed.** São Paulo, Atlas, 2002.

GRECO, S. M. S; FRIEDLAENDER, J. R.H; DUARTE, E.C.V.G; RISSETE, C. R; FELIX, J. C; MACEDO, M. M; PALADINO, G. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba, IBQP, 2010.

HASHIMOTO, M. **Empreendedor realmente tem independência?** Disponível em <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI267407-17141,00-EMPREENDEDOR+REALMENTE+TEM+INDEPENDENCIA.html>> acesso em: 14 out. 2016.

HOFFMANN, R.; LEONE, E. T. **Participação da mulher no mercado de trabalho e desigualdade da renda domiciliar per capita no Brasil: 1981 - 2002**. Belo Horizonte, 2004.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**. Disponível em <<http://www.abenge.org.br/CobengeAnteriores/2009/artigos/572.doc>> acesso em: 16 mar. 2016.

LIMA, S. M. V. **Mudança organizacional: teoria e gestão**. São Paulo, 2003.

MACHADO, M. R. L; AÑEZ, M. E. M; RAMOS, R. E. B. **A educação superior e o potencial empreendedor: um estudo de caso em uma instituição de ensino superior**. Curitiba, 2005. *apud* Fillion, L. Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários – gerentes de pequenos negócios**. São Paulo, 1999.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisa, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7º ed. São Paulo, Atlas, 2010.

MATTAR. J. A. **Metodologia Científica na Era da Informática**. São Paulo. Saraiva, 2002

MENDES. E; FERRARINI. L; OLIVETTE. L. H; NOVAIS. S; DUTRA. F. M. **Processo Empreendedor: um Modelo de sucesso no setor da construção civil**. Disponível em <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjL__yu15TNAhVFJx4KHcHZALgQFggdMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.unigran.br%2Fmercado%2Fpaginas%2Farquivos%2Fedicoes%2F3%2F5.pdf&usq=AFQjCNHvTGhJv0jBRs-gxMOUtFg3j-rR5Q&sig2=S_pYGxLFwBoe6db7JI_7VQ> acesso em: 21 fev. 2016.

PINHO, J.B. **Comunicação em Marketing Esportivo**. Disponível em <<http://www.revistamineiradeefi.ufv.br/artigos/arquivos/d309fe875845f31add8a1f4b4b0fad47.pdf>> acesso em: 02 out. 2016.

PIOVEZAN, E. G. **Roteiro básico para constituição de uma construtora de pequeno porte com enfoque no perfil empresarial da concorrência**. Cascavel. 2002.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro, Elsevier, 1986.

RODRIGUES, A.; NAKAYAMA, M. K. **Modelos de mudança em administração de empresas**. Porto Alegre, EDPUCRS, 2000.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como montar um serviço de pequenas obras para construção civil**. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/legalize-e-proteja-seu-negocio-como-registrar-uma-empresa,e47817e688095410VgnVCM2000003c74010aRCRD>> acesso em: 14 mar. 2016.

SILVA, D. G. **A importância e a necessidade do capital de giro nas empresas**, Disponível em <http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/k210569.pdf> acesso em: 09 out. 2016.

SOARES, H. T. M. **Mudança organizacional e seus impactos no comportamento dos indivíduos em uma organização do terceiro setor**, 2007. *apud* LEWIN, Kurt. Teoria de campo em ciência social. São Paulo: Pioneira, 1965. 387p.

VERGARA, S. C. **Gestão de pessoas**. São Paulo, Atlas, 2005.

VIANNA, M. A. **Reflexões sobre o futuro da educação e do trabalho**. Disponível em <http://www.cmconsultoria.com.br/novo/iframe/ver_artigo.php?fonte=cm_news&codigo=2880> acesso em: 15 mar. 2016.

GARBIN, D. **Mulheres já são donas de metade das novas micro e pequenas empresas**. Disponível em <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2016/03/mulheres-ja-sao-donas-de-metade-das-novas-micro-e-pequenas-empresas.html>> acesso em: 03 out. 2016.