

O Processo Empreendedor na criação de um novo negócio: Um estudo de caso

Tainara Rigotti de Castro (UNESPAR) tainararcastro@hotmail.com
Bruna dos Santos (UNESPAR) brunadossantos@hotmail.com
Edimar Nunes Dias (UNESPAR) dias_edimar@hotmail.com
Fernanda de Araújo Martins (UNESPAR) fer_amartins@hotmail.com
Nileidi da Silva (UNESPAR) nileidisilva.epa@hotmail.com

Resumo:

O processo empreendedor envolve funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas, sendo de suma importância para o empreendedor a mobilização de um planejamento a respeito das etapas a serem desenvolvidas na idealização de um empreendimento. Com isso, o objetivo dessa pesquisa foi apresentar as etapas do processo empreendedor, bem como analisar, por meio da aplicação de uma entrevista, baseada em Dornelas (2005), a ocorrência de tal processo na prática. Concluiu-se que mesmo havendo empreendedores de sucesso sem a realização de um programa de preparo, há importância no planejamento do processo empreendedor, pois é nesta etapa que são definidos os objetivos e metas a serem alcançados, a viabilidade do negócio e a avaliação de oportunidades, além de outros requisitos importantes para o sucesso de um negócio.

Palavras-chave: Processo empreendedor, Planejamento, Negócio.

The Entrepreneurial Process in creating a new business: A case study

Abstract:

The entrepreneurial process involves functions, activities and actions associated with the creation of new businesses, being of paramount importance for the entrepreneur to mobilize planning regarding the steps to be developed in the idealization of an enterprise. Thus, the objective of this research was to present the stages of the entrepreneurial process and analyze, through the application of an interview based on Dornelas (2005), the occurrence of such a process in practice. It was concluded that even with successful entrepreneurs without conducting a staging program's importance in the planning of the entrepreneurial process as it is at this stage that the objectives and targets to be achieved, the viability of the business and assessing opportunities are defined in addition to other important requirements for the success of a business.

Key-words: Entrepreneur Process, Planning, Business.

1. Introdução

O Empreendedorismo pode ser considerado como o envolvimento de pessoas e processos que em conjunto, transformam ideias em oportunidades, e o uso perfeito destas oportunidades leva a criação de negócios de sucesso (DORNELAS, 2005).

Cruz (2008) ressalta que empreender para muitos é uma tarefa arriscada, em que ousar num

mercado que já é dominado por grandes empresas são características de pessoas que têm coragem de arriscar e força para continuar seguindo mediante as desventuras de um mercado globalizado. “Um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo” (DOLABELA, 1999, p.44).

Para tal ocorre o processo empreendedor que envolve todas essas funções, ou seja, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas. Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo, requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer. E em terceiro, que riscos calculados sejam assumidos e decisões críticas tomadas; é preciso ousadia e ânimo apesar de falhas e erros.

Partindo do princípio que ao conhecer a história de verdadeiros empreendedores é possível identificar o conjunto de aspectos que lhes levaram ao sucesso, o objetivo dessa pesquisa foi apresentar as etapas do processo empreendedor, bem como analisar, por meio de estudo de caso, sua ocorrência na prática.

Este artigo está disposto em seis seções. Nesta primeira a pesquisa foi contextualizada. Na segunda o referencial teórico é exposto, em que o processo empreendedor é apresentado. Na terceira, a metodologia utilizada. Na quarta, os resultados e discussões; seguidos das considerações finais. Por fim, as referências utilizadas.

2. O processo empreendedor

As fases do processo empreendedor são apresentadas de forma sequencial, conforme visualizado na Figura 1, porém, Dornelas (2005) ressalta que nenhuma delas precisa ser completamente concluída para que se inicie a seguinte. Por exemplo, ao se identificar e avaliar uma oportunidade (fase 1), o empreendedor deve ter em mente o tipo de negócio que deseja criar (fase 4).

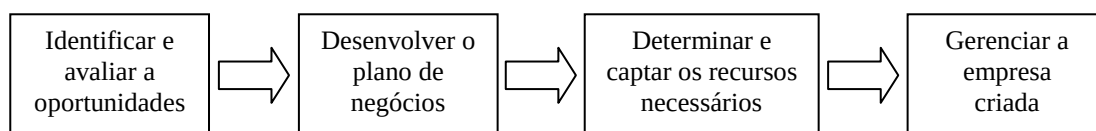


Figura 1 – O processo empreendedor. Fonte: Dornelas (2005)

2.1 Identificação e avaliação de oportunidades

Identificar uma oportunidade é o primeiro passo para quem deseja se tornar um empreendedor, porém tem que saber diferenciar oportunidade de ideia (CRUZ, 2008). Segundo o Dicionário Aurélio, o termo oportunidade refere-se à qualidade de oportuno, ocasião, circunstância favorável e perspectivas futuras. Por outro lado, o termo ideia consiste na representação mental de uma coisa concreta ou abstrata, elaboração intelectual, concepção, plano e intenção (FERREIRA, 2009).

O fato de um empreendedor ter uma ideia única ou já existente não é relevante, o importante é como ela será utilizada, mas por outro lado, as oportunidades são únicas, pois o empreendedor pode ficar determinado período sem observar e aproveitar uma oportunidade de desenvolver um novo produto, ganhar novos mercados e estabelecer parcerias (DORNELAS, 2005).

Logo de início, é importante que o empreendedor teste sua ideia ou conceito de negócio junto a clientes em potencial, conselheiros, amigos próximos, para obter diferentes visões, tendo em vista que uma ideia de negócio deve ser embasada para atender um público-alvo que faz parte de um nicho de mercado, conseqüentemente, uma oportunidade (DORNELAS, 2005).

Um dos fatores a serem considerados é o timing da ideia, ou seja, quando ela foi gerada, sendo que a mesma deve estar de acordo com as tendências do mercado, além disso, experiências no ramo podem ser um diferencial e aumentar as chances de sucessos (DORNELAS, 2005).

É importante ressaltar, que os empreendedores de sucesso estão sempre atrás de novas ideias e oportunidades no mercado em que atuam. Mas antes da concepção de um plano de negócio completo, é necessário avaliar a ideia para evitar o desperdício de tempo e recursos que não contribuam para o negócio (DORNELAS, 2005).

Em relação a oportunidade é necessário avaliar os aspectos de qual o mercado ela atende, qual o retorno econômico, vantagens competitivas, qual equipe irá transformar a oportunidade em negócio e até que ponto o empreendedor está comprometido com o negócio (DORNELAS, 2005).

2.2 Desenvolvimento do plano de negócios

O plano de negócio descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado (SEBRAE, 2013). Para o desenvolvimento do Plano de Negócios se devem abordar várias fases:

- a) **Sumário Executivo:** é o principal ponto do seu plano de negócio e deve expressar uma síntese do que será apresentado em sequência, preparando o leitor e atraindo o mesmo para uma leitura com mais atenção e interesse (DORNELAS, 2005). O sumário executivo não é apenas a introdução ou uma justificativa do plano de negócios. Seu objetivo é buscar a sua essência, sintetizando os principais pontos de interesse dos leitores (DEUTSCHER et al., 2012);
- b) **Análise de Mercado:** é direcionado para o mercado alvo, aquele grupo de pessoas irão adquirir o produto por necessidade ou desejo, sendo importante já ter identificado as oportunidades deste mercado e como tirar proveito das mesmas (MERLO, 2003);
- c) **Plano de Marketing:** estabelece como a empresa pretende vender seu produto ou serviço e como motivará o cliente a adquirir os mesmos, dependendo dos recursos disponíveis e do público alvo (MERLO, 2003);
- d) **Plano Operacional:** contem as ações que a empresa esta planejando em seu sistema produtivo e o processo produção, indicando o impacto que essas ações terão em seus parâmetros de avaliação de produção (DORNELAS, 2005);
- e) **Plano Financeiro:** tem como principal objetivo alcançar retornos financeiros, sendo que este é o ponto crucial do plano porque traduz todas as outras partes do negócio em resultados financeiros previstos (MERLO, 2003). O plano financeiro reúne informações fundamentais para gerentes e empreendedores, possibilitando avaliações e correções dos rumos da empresa;
- f) **Construção de Cenários:** é uma das ultimas etapas do plano de negócio, sendo de suma importância realizar a simulação de valores e situações diversas para a empresa, e para isto ocorrer primeiramente deve-se preparar cenários onde o negócio obtenha resultados pessimistas como queda nas vendas e/ou aumento dos custos, ou otimistas como crescimento do faturamento e diminuição despesas. Depois de construir os possíveis cenários para a empresa, deve-se pensar em ações para evitar e prevenir-se frente às adversidades ou então para potencializar situações favoráveis, sendo que o resultado se torna melhor quando se realiza várias simulações com várias alternativas diferentes de ações (EY, 2013);
- g) **Avaliação Estratégica:** é realizada por meio das forças e fraquezas da empresa e análise do

cenário interno e externo em busca de oportunidades e ameaças sendo feita através de uma ferramenta chamada de Análise SWOT que consiste em uma análise detalhada da situação do negócio no cenário econômico, o que ajuda o empreendedor na tomada de decisão, em que seu principal objetivo é ofertar um diagnóstico estratégico que deve prever e prevenir condições negativas, além de firmar diretrizes que façam o empreendimento se diferenciar (SILVA et al., 2011);

h) Avaliação do Plano de Negócio: instrumento de extrema importância para o planejamento, pois é como se fosse um mapa de percurso, devendo ser consultado e acompanhado constantemente. O plano de negócio irá auxiliar em decisões como abrir, manter ou ampliar o negócio, e sabendo desta importante informação, deve-se estar atento as constantes mudanças do ambiente externo como o mundo e o mercado, pois a cada dia surgem novas oportunidades e ameaças, e de acordo com isto, deve-se sempre realizar alterações e ajustes no plano de negócio, sendo atualizado e corrigido de acordo com as mudanças do ambiente ou a cada período de tempo (EY, 2013).

2.3 Determinação e captação de recursos necessários

A busca por dinheiro é a maneira de colocar em prática tudo aquilo já pensado e analisado no plano de negócios. No Brasil, muitos se queixam da dificuldade de obter financiamentos facilitados pelas políticas públicas (DORNELAS, 2005).

Para obter as melhores alternativas de financiamentos para o negócio, o empreendedor deve utilizar a sua capacidade de planejamento em conjunto com a habilidade de negociação (SANTOS, 2011). A captação de recursos é essencial e pode ser realizada de diferentes formas, como recorrer a bancos, economias pessoais ou familiares e amigos. Tais meios de busca por recursos necessitam ser avaliados, considerando sempre aquele(s) de melhor relação custo-benefício (DORNELAS, 2005 apud GENERALI, 2009).

A determinação dos recursos necessários é uma consequência de tudo aquilo planejado na elaboração do plano de negócios e os recursos financeiros para colocá-lo em prática podem ser por: empréstimos bancários, familiares e de amigos, também pode ser feito por economias pessoais ou ainda por investidores que estão dispostos a investir capital financeiro em empresas já existentes (DORNELAS, 2005).

Esses investidores em sua grande maioria estão dispostos a lidar com os riscos de oscilação do mercado econômico o que contribui muito para o crescimento econômico do país.

2.4 Gerenciamento da Empresa criada

O gerenciamento de uma empresa é fase crucial para a prosperidade do negócio, ou seja, de nada adianta um plano de negócios super elaborado se quando posto em prática não for bem gerenciado. Afinal, o planejado na maioria das vezes não é o que realmente acontece, alguns pontos acabam se diferenciando e por isso devem ser controlados por bons gestores (DORNELAS, 2005). Um ponto observado é que nem sempre no início já existirá uma equipe completa de gestores, porém, ela pode ser composta e acrescida com o desenvolvimento organizacional.

3. Metodologia

Esta pesquisa se caracteriza quanto ao método de abordagem como qualitativa. Quanto aos fins é bibliográfica e de estudo de caso; quanto aos meios é descritiva.

Os dados foram coletados por meio de entrevista, baseada nas questões propostas por Dornelas (2005), dispostas no Apêndice A, com um empreendedor. Seu propósito foi o de conhecer como ocorre o processo empreendedor.

Por meio da aplicação do questionário foi possível conhecer um processo empreender real, bem como compará-lo à teoria.

4. Resultados

O entrevistado, Marcos Cesar Belmiro dos Santos, de 47 anos, possui inúmeras experiências que contribuíram para ser um empreendedor de sucesso, em que a Tabela 1 apresenta as principais delas, acumuladas ao longo dos anos.

Idade	Trabalho
18 anos	Laboratorista em Controle da Qualidade na Construção Civil
20 anos	Encarregado em Controle da Qualidade do Papel
26 anos	Faculdade de Geografia
27 anos	Vendedor Autônomo
36 anos	Comprador
39 anos	Empresário

Tabela 1- Experiências acumuladas pelo Empreendedor

A decisão de se tornar empreendedor veio como uma oportunidade para melhorar a condição de vida familiar, ele era pai de duas filhas e sua esposa estava grávida do terceiro filho. Além de que, abrindo seu próprio negócio, ele teria liberdade para trabalhar, ser responsável pelo que produzir e não ter que seguir regras.

De acordo com o entrevistado, a origem da família sempre foi de comerciantes: antigamente o negócio era dos pais, seus avós maternos realizavam revendas de animais, e os paternos tinham uma mercearia, os tios vendiam leite e gado. Segundo ele, todos contribuíram para o espírito empreendedor.

A oportunidade surgiu quando a mãe do empreendedor resolveu vender seu negócio/comércio e como ele sempre ajudou no mesmo (tinha experiência como comprador e vendedor de mercadorias) e também sempre teve a vontade de ser empresário, decidiu comprá-lo. Segundo ele, sua mãe já estava cansada de trabalhar e como ele não queria que o negócio saísse da família, viu nesses acontecimentos uma oportunidade, então pediu demissão do serviço de comprador para tornar-se dono do seu próprio negócio.

O negócio diz respeito a uma revendedora de bebidas e como o negócio era familiar, ele sempre contou com o apoio e ajuda financeira da mãe, assim seu empreendimento iniciou-se com um estoque de aproximadamente R\$ 10 mil, que foi parcelado pela mãe.

Com as experiências de comprador e vendedor foi fácil gerenciar seu próprio negócio, além de analisar que o setor tinha grande potencial de crescimento, e que o único motivo por ficar estagnado foi porque sua mãe já estava com uma idade elevada, o que limitava um gerenciamento inovador.

Com o tempo, a cara do negócio foi mudando, ele analisou que poderia transmitir jogos de futebol, aproveitando assim, o nicho de mercado, já que seria a primeira revendedora de bebidas da cidade a transmitir e assinar canais de jogos de futebol. Dentre as mudanças, começou a atender fora do horário comercial, ou seja, aos domingos e feriados, para faturar mais e garantir clientelas; mudando seus dias de folga para segundas e terças-feiras. Outra medida foi cobrar preços diferenciados para o consumo de bebida no estabelecimento e para levá-las para a casa, isso aumentou a venda e o faturamento da empresa. Assim foi possível fazer a aquisição de um freezer que era lançamento na época, gelando melhor suas bebidas.

As oportunidades foram surgindo, visto que ele começou a vender bebidas geladas para festas com um preço diferenciado aos dos concorrentes. Esse preço previa desconto de acordo com a quantia comprada (quanto maior a quantidade comprada, maior o desconto por unidade). Trabalhou também com benefícios/cortesias, onde dependendo da quantidade de bebida comprada no estabelecimento não cobrava o aluguel dos freezers, dos jogos e das mesas. Esse era o diferencial do negócio, dessa forma, o serviço foi sendo mais divulgado e hoje ele tem parcerias com clientes específicos destinados para festas.

O investimento atual é todo feito em estoque para trabalhar com clientes de revenda, pois, pelo aumento das vendas ele conseguiu condições e preços diferenciados com seus fornecedores. Essa parceria foi possível pela experiência de ser vendedor e comprador. Um bom exemplo é que em períodos de alta demanda falta produto para os demais comerciantes, mas para ele não, pelo bom relacionamento e pelo bom gerenciamento do seu estoque.

Nunca foi realizado um plano de negócio concreto, mas desde o início de sua carreira ele pensava em abrir seu próprio negócio. As oportunidades foram aparecendo com o tempo e depois de ter aberto seu estabelecimento, toda evolução ao longo dos anos, aconteceu pela visão crítica que o empreendedor tem em saber analisar as oportunidades que o comércio apontava, além de acompanhar as necessidades dos clientes.

Houve momentos críticos no negócio, entre eles, após 1 ano decidiu parar de vender no crediário, pois era muito grande o número de vendas nessa modalidade, bem como a falta de pagamento. Outra decisão difícil foi comprar o estabelecimento que antes era alugado. Para suprir essas dificuldades, contou com recursos financeiros disponibilizados pelo banco do povo, pois apresentava juros baixos, assim, implementou seu negócio, aumentando o capital de giro e bens imobilizados (prédio). Sua maior satisfação foi ser realmente o dono do seu próprio negócio, não necessitando mais pagar aluguel.

Ele afirma que a força do seu negócio é o bom relacionamento entre os fornecedores e os clientes; e sua fraqueza é que ele não confia em ter funcionários, mas ele sabe que precisa vencer esse problema, pois a demanda está crescendo e ele não poderá contar sempre com a ajuda dos filhos. Sua carreira empreendedora afetou diretamente sua família, pois todos tiveram que se adaptar aos horários diferenciados, além de trabalhar juntos.

O lado negativo de ser dono do seu próprio negócio é a grande jornada de trabalho e os horários diferenciados, o lado positivo é que além de definir seu horário de trabalho, todo o resultado e dinheiro ganhos são para ele e para a família, assim, considera todo esforço gratificante.

Como objetivo futuro ele pretende trabalhar apenas como distribuidor para festas e para outros comerciantes, além de contratar funcionários.

Quanto às etapas para chegar à prosperidade atual do negócio ele afirma que não excluiria nem mudaria nenhuma, visto que todas foram necessárias para chegar onde ele está hoje, tudo valeu como experiência e aprendizado.

Para finalizar, seu conselho para quem deseja tornar-se um empreendedor no ramo é montar um negócio em uma cidade ou bairro novo, ou seja, o negócio deve iniciar junto com as necessidades e com o crescimento da cidade, bairro, etc. Outro conselho é não vender no crediário, apenas no cartão ou à vista.

4.1 Análise e discussões

Por meio da entrevista realizada, pode-se notar que o entrevistado possui um perfil empreendedor, pois o mesmo demonstra iniciativa, coragem para correr riscos e

autoconfiança, além de perseverança e capacidade de planejamento.

Outro fator importante relevante é que neste caso o empreendedor não realizou nenhum tipo de planejamento ou estudo teórico de viabilidade, porém, seu negócio obteve sucesso.

Mesmo diante disso, ressalta-se a importância do planejamento no processo empreendedor, pois é nesta etapa que são definidos os objetivos e metas a serem alcançados, a viabilidade do negócio e a avaliação de oportunidades, além de outros requisitos importantes para o sucesso de um negócio.

5. Considerações finais

Nesta pesquisa foi apresentado um estudo teórico sobre o processo empreendedor que envolve: a identificação de oportunidades, a elaboração do plano de negócio e determinação dos recursos necessários e o gerenciamento da empresa criada, auxiliando no planejamento dos negócios. Além disso, fez-se a aplicação de uma entrevista, a fim de analisar um processo empreendedor real.

No processo da entrevista, observou-se que o entrevistado não fez qualquer forma de planejamento para iniciar o negócio, entretanto, possui perfil empreendedor já que o empreendimento está em ascensão no mercado.

Por fim, ressalta-se a importância do planejamento no processo empreendedor, pois é nesta etapa que são definidos os objetivos e metas a serem alcançados, a viabilidade do negócio e a avaliação de oportunidades, além de outros requisitos importantes para o sucesso.

Referências

CBIOT – Incubadora Empresarial do Centro de Biotecnologia da UFRGS. *Plano de Negócios*. Rio Grande do Sul, 2012. Disponível em <<http://www.cbiot.ufrgs.br/iecbiot/documentos/roteiro-plano.pdf>>. Acesso 08 out. 2015.

CRUZ, S. S. *Empreendedorismo: Identificando oportunidades*. Revista Eletrônica de Ciências, v. 1, n. 2, julho a dezembro de 2008. Disponível em: <https://marcoarbex.files.wordpress.com/2013/10/texto-para-aula_identificacao-de-oportunidades.pdf>. Acesso em: 17 set. 2015.

DEUTSCHER, J. A. et al. *Plano de negócios*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

DOLABELA, Fernando. *Oficina do empreendedor*. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

EY – Ernst & Young Terco. *Como crescer: estratégia, gestão e recursos para sua Empresa*. São Paulo: Ernst & Terco, 2013. Disponível em: <<http://www.abvcap.com.br/Download/Guias/1862.pdf>>. Acesso em 10 de set. 2015.

FELIPINI, D. *Para que Serve, afinal, o Plano de Negócios?*, 2003. Disponível em: <http://www.e-commerce.org.br/plano_de_negocio.htm>. Acesso em: 20 de out. 2015.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. 4. ed. Curitiba: Positivo, 2009.

GENERALI, N. D. *Proposta de implantação de uma academia de ginástica na cidade de Caieiras/SP*. 2009. 89 f. Conclusão de curso (Bacharel em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

MERLO, F. F. *Desenvolvimento de um plano de negócio para uma empresa de software*. São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://pro.poli.usp.br/trabalho-de-formatura/desenvolvimento-de-um-plano-de-negocio-para-uma-empresa-de-software/>>. Acesso em: 08 out. 2015.

PORTER, Michael E. *Estratégia Competitiva*. Rio de Janeiro. Campus, 1996.

SANTOS, A. *O processo empreendedor*. 2011. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/o-processo-empreendedor/54089/>>. Acesso em: 18 nov. 2015

SEBRAE. *Como Elaborar um Plano de Negócio.* Brasília: SEBRAE, 2013. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf)>. Acesso em: 18 de set. 2015.

SILVA, A. A.; SILVA, N. S.; BARBOSA, V. A.; HENRIQUE, M. R.; BAPTISTA, J. A. A. *Utilização da Matriz Swot como Ferramenta Estratégica: um Estudo de Caso em uma Escola de Idioma de São Paulo.* In: Simpósio de Excelência e Gestão em Tecnologia (SEGET), 8, Resende/ RJ: 2011. Anais... Resende/ RJ: 2011. Disponível em: <<http://cetir.aedb.br/seget/artigos11/26714255.pdf>>. Acesso em 18 de set. 2015.

APÊNDICE A – Processo Empreendedor

1. Que fatores o influenciaram a se tornar empreendedor?
2. Que pessoas/empreendedores o influenciaram?
3. Alguém de sua família era empreendedor?
4. Houve algum evento de dispar para iniciar o negócio?
5. Ele criou o seu próprio negócio durante os estudos?
6. Que educação formal ele teve? Foi relevante para o seu negócio?
7. Como o empreendedor encontrou a oportunidade?
8. Como ele avaliou a oportunidade?
9. Ele tinha um plano de negócio? Fez algum tipo de planejamento? Qual?
10. Que experiência de trabalho anterior o empreendedor teve antes de abrir o negócio?
11. Quais são suas forças e fraquezas?
12. Ele tem (ou teve) sócios?
13. Os sócios complementaram (ou complementam) as suas habilidades para tocar o negócio?
14. Que recursos financeiros ele precisou para implementar o negócio?
15. Onde e como ele obteve esses recursos?
16. Como ele obteve seu primeiro cliente?
17. Qual foi o momento mais crítico no início do negócio ou mesmo depois de sua criação? Como foi superado?
18. Qual foi o momento de maior satisfação?
19. Qual o lado positivo de ser empreendedor? E o negativo?
20. Como a carreira como empreendedor afetou sua família?
21. Pergunte se ele faria isso de novo. Caso positivo: O que faria diferente?
22. Quais conselhos você daria a uma pessoa que quer se tornar empreendedor?