

GT 3 - Secretariado e Atuação Profissional  
Tema 3: Consultoria e Empreendedorismo no Secretariado

**EMPREENDEDORISMO E SECRETARIADO EXECUTIVO: ESTUDO DE CASO  
DA ABERTURA DE UM EMPREENDIMENTO POR UMA GRADUANDA EM  
SECRETARIADO EXECUTIVO**

**Marcela Moura Basaglia**

UNIOESTE, basagliamm@gmail.com

**Mayara de Oliveira Neco**

UNIOESTE, mayaraneco@gmail.com

**Jheni Maria de Fátima Soares**

UNIOESTE, jhenisoares05@gmail.com

**Resumo:** Várias são as possibilidades para a abertura de um empreendimento e o curso de Secretariado Executivo pode fomentar esse processo, por meio da sua grade curricular que auxilia os estudantes na compreensão do processo empreendedor, abrangendo aspectos para a elaboração do plano de negócios, além de trabalhar conteúdos direcionados a gestão de negócios. Sendo assim, o objetivo central do trabalho foi: Compreender como se deu o processo empreendedor, desde a identificação da oportunidade empreendedora até a exploração dessa oportunidade, por uma graduanda em Secretariado Executivo. Entre os objetivos específicos da pesquisa, estão: (1) identificar o perfil do profissional de secretariado executivo, e (2) analisar as etapas de identificação e exploração da oportunidade empreendedora propostas por Baron e Shane (2011). Em termos metodológicos, a pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso qualitativo. Os dados foram coletados por meio de uma entrevista realizada com uma secretária executiva que à época da abertura de seu empreendimento era graduanda em Secretariado Executivo Trilíngue pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE) e atualmente administra o seu próprio negócio. Os resultados da pesquisa demonstraram que o curso contribuiu para a formação do perfil empreendedor da entrevistada e com a abertura do empreendimento.

**Palavras-chave:** Oportunidade Empreendedora. Empreendedorismo. Secretariado Executivo.

## **1 INTRODUÇÃO**

Nos dias atuais, as empresas não nascem apenas para gerar lucros para o próprio empreendedor, pois entende-se o empreendedorismo e as organizações como parte integrante e inseparável da sociedade, ou parafraseando com os estudos de Julien (2017), o ambiente que o empreendedor está inserido. Assim, negócios inovadores buscam sobretudo, agregar valor à sociedade e destruir o que já é “ineficiente”.

Não obstante, o conceito de empreendedorismo inovador não está relacionado somente à criação de negócios inovadores. É importante ressaltar que ao empreender, principalmente em áreas novas, o empreendedor gera novos empregos, abrindo caminho em novos setores. Segundo Hisrich e Peter (2004), o conceito tradicional de que o empreendedor constrói um empreendimento apenas para lucro próprio, é uma ideia ultrapassada, uma vez que o desenvolvimento de um negócio vai além do espaço físico da organização, impactando toda a sociedade ao qual o negócio está inserido. Desta forma, faz-se imprescindível ao empreendedor,

observar o seu ambiente e usar da sua criatividade para transformar uma oportunidade em um negócio inovador.

Neste sentido, o perfil do profissional de Secretariado Executivo converge com o perfil do empreendedor, segundo Barbosa e Durante (2013), ao assumir posição de assessor são exigidas: visão crítica, visão de negócio, criatividade e inovação. Sendo assim, o mercado de trabalho se torna amplo para o secretário executivo, podendo este assumir a postura empreendedora dentro da organização - o intraempreendedorismo - ou explorar novas carreiras e possibilidades ao dirigirem seus próprios negócios. Ainda durante sua vivência acadêmica, o futuro profissional se depara com disciplinas que abrangem administração de empresas, empreendedorismo e gestão da inovação, que podem despertar no acadêmico a vontade de empreender, enxergando oportunidades no meio em que vivem, e incentivando a criatividade para a geração de ideias de negócios, que podem ser colocadas em prática ainda no período de formação acadêmica.

Diante do exposto, percebe-se que a profissão de secretariado executivo tem recebido destaque no mercado de trabalho devido às habilidades e competência desse profissional, considerado polivalente, contribuindo com visões estratégicas para a resolução dos desafios e problemáticas das organizações nesse ambiente dinâmico.

Desta maneira, o empreendedorismo se torna uma opção de carreira para o profissional de secretariado executivo. Assim, definiu-se como pergunta norteadora do trabalho: **Como ocorreu a identificação e a exploração da oportunidade empreendedora por uma graduanda em secretariado executivo?** Para responder essa pergunta de pesquisa, o objetivo central do trabalho foi compreender como se deu o processo empreendedor, desde a identificação da oportunidade empreendedora até a exploração dessa oportunidade, por uma graduanda em Secretariado Executivo da Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE. Os objetivos específicos se desdobram na identificação do perfil do profissional de secretariado executivo, e por conseguinte na análise das etapas de identificação e exploração da oportunidade empreendedora pela graduanda.

A pesquisa se justifica pela importância em compreender a relação existente entre o perfil profissional de secretariado executivo e o empreendedorismo, incentivando novas possibilidades de empregabilidade para os graduando em secretariado, ao demonstrar o processo empreendedor que se iniciou ainda na graduação em secretariado executivo. Além de contribuir com a teoria, ao analisar empiricamente as etapas de identificação e exploração de oportunidades do processo empreendedor proposto por Baron e Shane (2011).

Optou-se pela abordagem qualitativa de pesquisa, com a utilização do estudo de caso, os dados foram coletados por meio de entrevista com a empreendedora. Por fim, a pesquisa está estruturada na apresentação do referencial teórico; seguidos dos procedimentos metodológicos, na sequência foram apresentadas as análises e discussões dos resultados e então as considerações finais, seguidas das referências utilizadas para a essa pesquisa.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 EMPREENDEDORISMO

Historicamente, o empreendedorismo sempre fez parte da sociedade e colaborou para o seu desenvolvimento. No entanto, os estudos sobre empreendedorismo ainda são recentes e sua amplitude, bem como os pontos de vistas divergentes, impedem encontrar um significado

universal ao termo. A palavra “empreendedor” deriva do francês "*entrepreneur*", e no início caracterizava “aquele que se compromete com algo” (LANDSTRÖN, 2005, p. 8). A definição mais próxima do que se entende de empresário, ou seja, aquele que abre um negócio, só começou a ser discutida a partir do século XVIII, por Hisrich e Peters (2009), quando os autores buscaram diferenciar o agente empreendedor do capitalista.

Apesar do verbo “empreender” ter assumido durante os séculos significados diferentes, de maneira geral o empreendedor é caracterizado como aquele que a partir dos problemas visualizados no meio em que vive e assumindo riscos calculados, investe em uma ideia passível de capitalização (DOLABELA, 2008). No estudo de Dolabela (2008), percebe-se a interferência dos estudos de Cantillon (1880) e Frank Knight (1767), cujo conceito de empreendedorismo pode ser resumido em: investidores que inovam e assumem riscos calculados, apropriando-se legitimamente dos lucros gerados.

Contudo, foi somente em 1950, que empreender passou a estar ligado à ideia de inovar. Schumpeter (1883, apud BAGGIO; BAGGIO, 2014), conhecido como o pai da inovação, e maior economista do século XX, passou a estudar a inovação não como um processo do empreendedorismo, mas como fator intrínseco, parte essencial para que as empresas pudessem alcançar novas formas de prosperidade. Para Schumpeter, o processo de inovação ocorria quando havia uma mudança de valores aos quais o sistema estava baseado. Este processo é chamado de “destruição criativa” ou, na estratégia, “destruição intencional”, em que se busca destruir um produto a fim de criar um valor para ele. Ainda segundo Schumpeter (1998, apud BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 27) “empreendedorismo (...), é um processo de “destruição criativa”, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos.”.

No entanto, para Baron e Shane (2011), empreender é reconhecer oportunidades para criar algo. Para os autores, a oportunidade empreendedora pode ser a criação de um novo mercado, novas formas de manufatura ou a utilização sustentável de novos materiais, desde que o empreendedor, e aqui os autores fazem a distinção do empreendedor e do inventor, ou seja, aquele que se apaixona pelo processo da inovação/ideia, definida por Hisrich e Peters (2009), coloque seus esforços para tornar a ideia em uma oportunidade real.

Vários fatores podem influenciar a identificação da oportunidade empreendedora, apontam para elementos como redes sociais, informações prévias e o papel do meio (ARDICHVILI; CARDOZO; RAY, 2003); Machado e Basaglia (2015) destacaram também a importância do contexto cultural nesse processo, principalmente relacionado ao surgimento da ideia. Sobre o conhecimento prévio do empreendedor Corbett (2005) os relaciona aos treinamentos, conhecimento de mercado e também aos conhecimentos dos problemas dos clientes dentre outros. Outro elemento que merece destaque é a importância da família e dos amigos dentro da rede sociais de relacionamento do empreendedor (OZGEN, 2011)

O empreendedor tem uma visão aguçada do meio em que vive, por isso consegue enxergar oportunidades onde normalmente poucas pessoas veriam. Essa visão aguçada permite a ele tomar decisões assertivas, correr riscos calculados, e modificar o ambiente ao seu redor. Ao se inserir no mercado, o empreendedor deve se informar sobre o setor ao qual está investindo e das atividades envolvidas a fim de tornar a oportunidade em realidade. Segundo Baron e Shane (2011, p. 94), “é crucial que os empreendedores reúnam várias informações básicas que indicarão se seu novo empreendimento é realmente possível (...)”. Além disso, para Machado e Basaglia (2015) o desenvolvimento das oportunidades empreendedoras em alguns casos requer adaptações constantes durante o período de desenvolvimento de um pequeno empreendimento.

### 2.1.1 Processo empreendedor proposto por Baron e Shane (2011)

O empreendedorismo em uma perspectiva processual considera que existem várias fases para que se consolide um novo empreendimento e não apenas um evento único, e neste sentido, existe uma crescente concordância entre os pesquisadores de que o empreendedorismo se trata de um processo com distintas fases que se relacionam entre si. (BARON; SHANE, 2011).

Segundo Baron e Shane (2011), todas as fases do processo empreendedor são afetadas por três níveis de variáveis a saber: variáveis de nível individual que envolvem as técnicas, características dos empreendedores e motivações; variáveis de nível grupal em que existe uma confluência de interações entre ideias e informações de outros indivíduos e; variáveis de nível social em que há a interferência de políticas governamentais, condições econômicas e tecnológicas, por exemplo.

Ainda segundo os mesmo autores, o processo empreendedor (figura 1) é composto pelas seguintes fases: se inicia com **o reconhecimento/identificação de uma oportunidade empreendedora**, ou seja, algo que tem o potencial de gerar valor econômico e são úteis, desejáveis na sociedade em que ocorrerem; seguido da **decisão de ir em frente e reunir os recursos necessários**, incluindo o conhecimento de informações básicas sobre o negócio, os recursos humanos e recursos financeiros; depois dessa etapa o empreendedor **lança um novo empreendimento** que envolve a decisão e a ação, para tirar o empreendimento do papel é necessário definir algumas questões burocráticas, como por exemplo, o formato jurídico do empreendimento, após o lançamento do empreendimento é necessário **construir o sucesso** gerenciando de maneira estratégica o negócio; por fim, o empreendedor irá **colher as recompensas** do empreendimento podendo criar e escolher estratégias de saída que sejam rentáveis diante do esforço, talento e tempo despendido na construção do empreendimento.

Figura 1 - Processo empreendedor.



Fonte: Adaptado de Baron e Shane (2011).

Dentro desse processo, a essência do empreendedorismo está no encontro de oportunidades valiosas e indivíduos empreendedores (BARON; SHANE, 2011). Portanto, muitos pesquisadores consideram a oportunidade empreendedora a peça-chave do empreendedorismo (RAMOS-RODRÍGUEZ et al., 2010; TANG; KACMAR; BUSENITZ, 2012). Além disso, Baron e Shane (2011) destacam que identificar a oportunidade

empreendedora é o ponto central para que se inicie e ocorra todo o processo empreendedor, o que vai ao encontro de Shane e Venkataraman (2000) e Ramos-Rodríguez et al. (2010).

Importante destacar que o surgimento das oportunidades empreendedoras se dá pela confluência de fatores, assim:

[...] o potencial para se criar algo novo (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção, novas matérias-primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes etc.) - surgem a partir de um padrão complexo de condições em mudança (mudanças no conhecimento, na tecnologia ou nas condições econômicas, políticas, sociais e demográficas) (BARON; SHANE, 2011, p. 13).

Dessa forma, após a identificação da oportunidade empreendedora, para que se tenha o lançamento do empreendimento o empreendedor deverá explorar as oportunidades empreendedoras com o intuito de se obter lucro com o empreendimento. No entanto, cabe-se ressaltar que a lucratividade do empreendimento não se refere somente ao ganho monetário, uma vez que as empresas podem se fundir em ramos privados ou públicos - organizações sem fins lucrativos. Assim, a lucratividade pode ser material, quando se refere aos lucros monetários, capitalização do capital, e inovação, bem como abstratos, ou seja, de difícil mensuração, a exemplo: capital humano, satisfação dos colaboradores, comprometimento com os valores e missões da organização e aprendizagem (SEGERS, 2016).

Baron e Shane (2011), ainda chamam a atenção para dois pontos, considerados importantes para os autores no processo de colocar a oportunidade empreendedora em ação. O primeiro ponto de destaque, é reunir os melhores cofundadores, de acordo com suas capacidades, talentos e reputações que possam agregar ao valor da empresa, além de ajudar a cumprir com eficácia as tarefas e metas da organização. Esse processo exige que o empreendedor empregue esforço, pois a má escolha dos cofundadores pode minar as chances de sucesso do negócio.

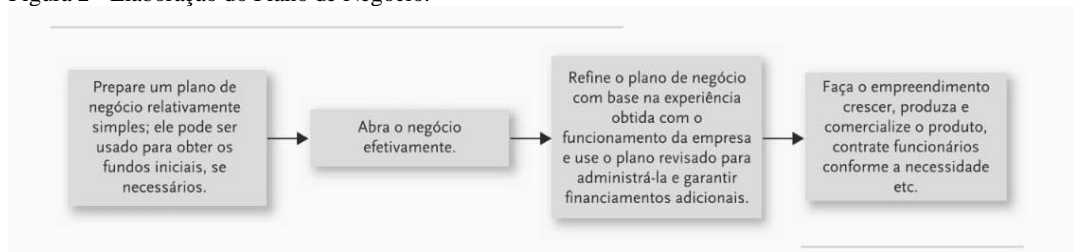
O segundo ponto ressaltado pelos autores, é a elaboração de um plano de negócios sucinto e persuasivo. Neste processo, cabe ao empreendedor planejar, definir objetivos e a estratégias de mercado que melhor se encaixe ao seu investimento, e que o permita explorar da melhor maneira a oportunidade visualizada. De acordo com Baron e Shane (2011), o plano de negócios deve abranger informações importantes da oportunidade, como: a forma como o produto será produzido, quem são e onde estão os principais clientes, quais recursos deverão ser utilizados e o real potencial da oportunidade. Os autores ainda destacam que, apesar dos pontos fortes serem importantes para o estudo da oportunidade, os pontos fracos também o são, sendo imprescindível que ao elaborar o plano, o empreendedor dedique uma seção para levantar os problemas e riscos do investimento que possam se opor ao sucesso e lucratividade do negócio.

Apesar da elaboração do plano de negócio ser essencial para a abertura do empreendimento, como ressaltam os autores, esse é apenas o primeiro passo para o longo processo de empreender. O plano de negócios é essencial para que o empreendedor consiga se ambientar, visualizar e guiar-se no árduo caminho a ser percorrido até o sucesso do empreendimento, e até mesmo posterior a ele. No entanto, acompanhando o mercado multifacetado e em constante mudança, a partir do momento que o negócio está lançado, é comum que algumas das estratégias abrangidas no plano de negócios tenham que ser refinadas

e alteradas com o tempo de acordo com o momento, eventos sociais e tecnológicos que afetam o mercado econômico ao qual o empreendimento está inserido.

Diante disso, Baron e Shane (2011), propõem que o plano de negócio (figura 2) se divide em três passos: (1) desenvolvimento do plano de negócios, que refletem o potencial da ideia empreendedora, valores e recursos; (2) abertura do negócio, etapa a qual o empreendimento já está lançado ao mercado; (3) refinamento de informações, que está interligada a segunda etapa do plano de negócios - abertura do negócio -, são as informações reunidas a partir do desempenho da ideia empreendedora no mercado econômico, podendo indicar possíveis mudanças e refinamento das estratégias definidas no plano de negócio. Logo, o plano de negócio não é estático, podendo sofrer alterações ao longo da vida útil do empreendimento, ressaltando-se assim, a importância do empreendedor de estar sempre revendo sua estratégia, a fim de que a oportunidade empreendedora se torne de fato uma oportunidade real e lucrativa.

Figura 2 - Elaboração do Plano de Negócio.



Fonte: Baron e Shane (2011, p. 187).

O plano de negócios, além de ser um guia para a exploração da oportunidade empreendedora, serve como instrumento de persuasão aos empreendedores que buscam investidores. Neste sentido, o plano deve ser o mais sucinto possível, para que prenda a atenção de possíveis investidores de primeira, ressaltando os pontos que se aproximam da realidade do mercado, levantando a lucratividade do negócio, de preferência o mais próximo do lucro que poderá ser obtido caso o empreendimento seja lançado ao mercado. Portanto, para a elaboração do plano de negócio se faz ainda mais necessário a reunião dos melhores cofundadores, pois se as competências e habilidades das pessoas responsáveis por elaborar o plano não forem adequadas, a ideia pode parecer insensata e pouco lucrativa aos olhos dos possíveis investidores.

## 2.2 PERFIL PROFISSIONAL DO SECRETARIADO EXECUTIVO

Assim como o termo empreendedorismo, o profissional de secretariado passou por grandes mudanças no seu perfil, influenciadas pelas mudanças tecnológicas e sociais de sua época (STELLA; HOKAI, SOUZA, 2016). A história do secretário data-se de muito tempo, iniciando com os escribas, cuja profissão era desempenhada unicamente pelos homens, uma vez que dada a época e costumes, apenas os homens de classes abastadas aprendiam a ler e escrever, sendo essa a principal função dos escribas.

No início, o profissional de secretariado, ainda sem regulamentação, possuía pouca ou nenhuma autonomia para tomar decisões ou determinar seus próprios objetivos de trabalho, ficando à mercê das ferramentas e recursos disponibilizados pela chefia, quando existentes. Segundo Müller, Oliveira e Cegan (2015, p. 138) este profissional ainda estava longe do perfil

do secretário da atualidade, pois seguia um perfil mecanicista, orientado para a execução de pequenas tarefas, como atender o telefone, cuidar da agenda, arquivar ou servir café, tarefas que o prenderam por muito tempo em uma visão míope de suas capacidades dentro da profissão.

O cenário começa a mudar a partir da década de 80, quando em 1985, o secretário é legalizado como profissão pela Lei 7.377/85. A partir deste momento, o profissional passa a ser exigido por qualificações e desenvolvimento das habilidades específicas na área secretarial direcionadas para a atuação como assessores executivos, gestores, empreendedores e consultores, como afirmam Bortolotto e Willers (2005). Além de poder desempenhar suas funções com criatividade e participação, ao contrário do perfil mecanicista, esses profissionais passaram a atuar ao lado dos executivos, atuando como agentes de resultados, facilitadores, qualidade e mudança (NEIVA; D’ELIA, 2014).

A partir do século XX, com a globalização e a evolução dos processos de produção, as organizações passaram a valorizar o capital humano em vez da mão-de-obra, o saber fazer pela multidisciplinaridade, em outras palavras, profissionais que sejam capazes de pensar e implementar novas soluções. Diante deste mercado multifacetado e exigente, apenas o conhecimento acadêmico não é suficiente, sendo necessário buscar novas formações, aperfeiçoar habilidades e buscar conhecimento em distintas áreas, a fim de construir um repertório interessante para o mercado de trabalho.

Segundo Bortolotto e Willers (2005), a profissão não se resume a tarefas rotineiras, mas dinâmicas, que exigem do profissional conhecimento em áreas distintas da organização a fim de que desempenhem suas atividades com confiança e êxito. Os autores ainda afirmam que este profissional é “solucionador de problemas em quem o executivo confia e delega atividades extremamente importantes [...]” (BORTOLOTTI, WILLER, 2005, p. 47). Neste sentido, é exigido do profissional conhecimento técnico e habilidades voltadas para administração, marketing, gestão de recursos humanos, economia e idiomas, ou seja, “competências técnicas e competências humanas” (BORTOLOTTI, WILLER, 2005, p. 48).

Quadro 1 - Quadro Competências Técnicas e Humanas

COMPETÊNCIAS TÉCNICAS	DEFINIÇÕES	COMPETÊNCIAS HUMANAS	DEFINIÇÕES
Atendimento ao cliente	O secretário executivo deve estar apto para identificar e entender as expectativas dos clientes internos e externos, assumindo postura assessora e de suporte;	Ética	Consiste nos princípios básicos, valores e morais que regem a conduta de cada indivíduo. Dentre os princípios básicos destacam-se: honestidade, lealdade e sigilo profissional.
Comunicação e Expressão	Transmitir ideias, impressões e imagens com clareza e objetividade, visando afetar o comportamento das pessoas.	Relações interpessoais	Refere-se a flexibilidade, aptidões para o relacionamento e trato com outras pessoas. Essa competência exige a prática do autoconhecimento.
Logística	Conjunto de habilidade que garante a realização de uma atividade, como	Relações Intrapessoais	Referem-se ao autoconhecimento de suas habilidades, interpretação de traços da personalidade e como

28 A 30 DE OUTUBRO DE 2021

“REDES DE COLABORAÇÃO CIENTÍFICA NO SECRETARIADO: O QUE PODEMOS FAZER PARA A PROFISSÃO DO AMANHÃ?”

	Organização de eventos, viagem, e reuniões		essas afetam a relação com seu trabalho.
Gerenciamento da documentação e informação	Consiste em recepcionar, interpretar, analisar e manter todas as informações referentes à organização.	Competências interpretativas	Referem-se a questões relacionadas às habilidades técnicas de interpretação das informações.

Fonte: Adaptado de Bortolotto e Willers (2005).

De acordo com Neiva e D’Elia (2014, p. 32), o secretário executivo moderno atua como agente facilitador, de resultado, qualidade e mudança dentro da organização, sendo exigidos cinco competências importantes: **velocidade**, rápida adaptação às mudanças do mercado; **visão**, estar atento às novas transformações do mercado e da profissão e das novas tendências do negócio em que atua; **polivalência**, capacidade de integrar informações de distintas áreas; **capacidade de realização**, refere-se a competência de monitorar e realizar objetivos e metas; **entender de gente**, refere-se a capacidade de atender e entender os clientes. Essas competências aliadas ao seu a capacidade do profissional de secretariado em evoluir constantemente permite ao secretário atuar em diversos campos da organização, assumindo perfil dinâmico, empreendedor e inovador frente ao mercado (GRANDO; CORREA; RINALDI, 2007, p. 14).

De fato, Neiva e D’Elia (2014, p. 162), afirmam que ao atuar como gestores de informações, o potencial inovador e empreendedor do secretário é otimizado, uma vez que tem acesso a uma gama de informações, diversidades e eventos que quando combinados com sua experiência são capazes de gerar ideias inovadoras. Tal fato também é discutido por Barbosa e Durante (2013), quando os autores ressaltam que o profissional de secretariado ao observar o ambiente em que está inserido - a organização -, torna-se criativo e dinâmico, desempenhando melhor as suas tarefas, o que por fim, leva ao surgimento de novas ideias. As características empreendedoras, potencializam a atuação do secretário nas organizações, e permitem a ele explorar novas possibilidades de carreira, principalmente como empreendedor do seu próprio negócio.

Neiva e D’Elia (2014, p. 158) enfatizam que:

O empreendedor está sempre atento às oportunidades. Ele sabe fazer o seu marketing pessoal. Tem facilidade para articular redes de relacionamento, planejar e administrar seus investimentos, no plano pessoal e profissional. Tais conceitos se aplicam diretamente ao perfil atual do profissional secretário e aos desafios que encontra no seu cotidiano.

Portanto, pode-se dizer que o profissional de secretariado executivo corresponde ao perfil de empreendedor. Ao assumir esta postura empreendedora, o profissional se destaca no mercado de trabalho, e para além do destaque, tal habilidade o permite galgar novos caminhos na profissão. A visão crítica e empreendedora deste profissional, o auxilia a enxergar oportunidades e falhas no mercado, que quando orientada para a ação é capaz de gerar lucros tanto para a empresa quanto para si mesmo. Por fim, percebe-se que as estratégias com foco na inovação têm sido a principal meta dos profissionais contemporâneos; desse modo, acredita-se



ser interessante que o secretário desenvolva habilidades que o caracterizem como um empreendedor na sua área de atuação.

### 2.3 PERFIL DO EMPREENDEDOR

O perfil empreendedor, como discutido anteriormente, apresenta semelhanças com o perfil do secretariado executivo. Contudo, para entender como esses perfis se relacionam, e posteriormente, analisar o perfil da entrevistada, é necessário compreender quais são as características e competências principais do empreendedor, e o que faz dele um.

Numerosos são os estudos que exploram essa temática, analisando o empreendedor sob diferentes ângulos, a fim de entender quais são as características que fazem com que certas pessoas visualizem oportunidades empreendedoras enquanto outras não. Segundo Baron e Shane (2011), no entanto, a capacidade de visualizar ou não oportunidades potencialmente lucrativas não são suficientes para definir o empreendedor, uma vez que esse, para tornar a oportunidade empreendedora em realidade, o indivíduo deve estar disposto, pronto para assumir riscos, ou seja, arriscar o que for necessário para alcançar o seu objetivo.

De acordo com McClelland (1972, apud SCHMIDT; DREHER, 2006), o empreendedor tem características e comportamentos marcantes inerentes a ele, sendo este o principal diferencial do empreendedor. McClelland, ao aplicar o teste do CCEs, conseguiu identificar dez comportamentos importantes:

- 1- **Iniciativa** - visualizam e exploram oportunidades empreendedoras que outros indivíduos não percebem
- 2- **Persistência** - não desistem diante desafios e obstáculos;
- 3- **Capacidade de correr riscos calculados** - avaliam as chances de sucesso e fracasso de suas decisões
- 4- **Busca pela qualidade e eficiência** - não poupam energias/esforços para alcançar a excelência em seu trabalho,
- 5- **Comprometimento** - empenham-se para alcançar as suas metas e objetivos;
- 6- **Busca de informações** - recorrer a livros, cursos, especialistas para melhorar as suas estratégias;
- 7- **Orientados para metas** - fixam objetivos e metas para o desenvolvimento da tarefa e do seu trabalho;
- 8- **Planejamento e monitoramento** - acompanham o desenvolvimento de suas metas e objetivos, estabelecem prazos e estão em constante busca de feedback;
- 9- **Independência e autoconfiança** - busca autonomia na tomada de decisões e mostram confiantes frente aos desafios e obstáculos;
- 10- **Persuasão** - conseguem influenciar e persuadir as pessoas ao seu redor a acreditarem em sua ideia.

Segundo Baron e Shane (2011), os empreendedores de sucesso conseguem lidar com a incerteza do mercado econômico, tem disposição para empenharem-se na realização da meta, possuem confiança em suas habilidades e paixão por seus objetivos e visão. Os autores, ainda elencam uma lista de perguntas que os aspirantes a empreendedores podem responder para identificar o perfil empreendedor, e discorrem que empreendedores de sucesso, possuem nível alto em todas essas categorias comparada a outras pessoas.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A abordagem de pesquisa que se mostrou mais adequada para atingir o objetivo da presente pesquisa foi a qualitativa que é definida como sendo o tipo de pesquisa que busca compreender fenômenos sociais em profundidade (RICHARDSON, 2008; FLICK, 2009). “As investigações que se voltam para uma análise qualitativa têm como objetivo situações complexas e estritamente particulares (RICHARDSON, 2008, p. 79). Dentro da pesquisa qualitativa optou-se pela realização do estudo de caso, que para Minayo (2008, p. 164) “é útil para gerar conhecimento sobre características significativas de eventos vivenciados, tais como intervenções e processos de mudança”. Além de contribuírem para a compreensão de questões do tipo “como” e “porque” (YIN, 2005).

Foi elaborado um roteiro de entrevista semiestruturado que continham 13 perguntas separadas por categorias do estudo, que se caracterizam da seguinte forma:

- 1- **Perfil empreendedor** tendo como objetivo identificar a visão empreendedora e o ambiente ao qual a empreendedora está inserida - influências e rede de apoio, que segundo Baron e Shane (2011) diferencia os empreendedores dos demais indivíduos;
- 2- **Oportunidade Empreendedora** buscando investigar como surgiu a ideia, ou seja, como houve o reconhecimento da oportunidade empreendedora e quando ela decidiu lançar o empreendimento que para Baron e Shane (2011) se caracteriza pelas duas primeiras fases do processo;
- 3- **Inserção na carreira empreendedora** cujo objetivo era identificar as motivações e forma de angariação para abertura do negócio, buscando compreender se houve uma rede de apoio e incentivo para a abertura do empreendimento, bem como identificar como foram definidas as questões burocráticas, legais da empresa e também os recursos financeiros, que se relacionada a fase da reunião dos recursos necessários e também do lançamento do empreendimento (BARON; SHANE, 2011);
- 4- **Inovação** com o propósito de identificar os processos internos e adaptações ao mercado e aos clientes, que se relaciona com a fase de construção de um negócio de sucesso, além de verificar como a empreendedora vislumbrar colher os frutos com o empreendimento construído (BARON; SHANE, 2011);
- 5- **Curso de Secretariado Executivo como agente formador de empreendedores** com o intuito de analisar como a formação em secretariado contribuiu com o lançamento do empreendimento e com o perfil empreendedor.

A priori realizou-se um pré-teste com um graduando do curso de secretariado executivo da Unioeste do terceiro ano, com o intuito de verificar se o instrumento de pesquisa desenvolvido apresentava uma linguagem adequada, a fim de se evitar ambiguidade e atender sobretudo a neutralidade e coerência (MARCONI; LAKATOS, 2003). Após essa etapa, foram feitas as adequações necessárias no roteiro de entrevista e assim seguiu-se com o agendamento e realização da entrevista.

Como foi realizada apenas uma entrevista, em abril de 2021 tem-se que os dados foram coletados em um único momento no tempo, caracterizando o corte da pesquisa como transversal

(RICHARDSON, 2008). Vale destacar que, por conta da pandemia causada pela SARS Cov-2, a entrevista ocorreu pela plataforma de videochamadas do *Google Meet*, outro ponto que merece destaque é o fato da entrevista ter sido realizada por duas entrevistadoras concomitantemente.

O caso definido para a presente pesquisa teve como critérios: 1- Estar cursando os últimos anos do curso de Secretariado Executivo na época da abertura do empreendimento e; 2- O empreendimento ter mais do que 2 anos de abertura, visto que o primeiro ano de vida da empresa é considerado o período crítico para a mortalidade de pequenas empresas (MACHADO; ESPINHA, 2007). Sendo assim, optou-se por analisar a trajetória empreendedora de uma secretária executiva que à época da abertura estava cursando os últimos anos do curso de Secretariado Executivo Trilíngue da UNIOESTE, atualmente seu negócio está há 6 anos no mercado.

Para a análise dos dados, foi realizada a análise de conteúdo (BAUER; GASKELL, 2010), primeiramente realizou-se a transcrição da entrevista, a leitura de todo o material, a análise das categorias já definidas e na sequência a comparação dos dados coletados com a teoria, sobretudo com o processo empreendedor proposto por Baron e Shane (2011).

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesse tópico foram apresentados os resultados e discussões obtidos por meio da pesquisa realizada. Optou-se por estruturar a análise pelas categorias definidas a priori e indicadas na metodologia deste trabalho, que foram: Perfil empreendedor; Oportunidade Empreendedora; Inserção na carreira empreendedora; Inovação; Compreender o curso de Secretariado como agente formador de empreendedores.

Os critérios definidos para a escolha do caso foram indicados na metodologia, o que vale destacar é que a entrevistada deste estudo, é graduada em Secretariado Executivo pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE - formada em 2016. Atualmente é empreendedora, cujo negócio se destaca pela fabricação artesanal de acessórios, tais como: joias, relógios, colares, brincos e piercings. Sua loja, no entanto, não é física, caracterizando assim um negócio predominantemente *on-line*, sendo a venda e demonstração dos produtos feita por uma página na rede social *Instagram* e *Facebook* criada e administrada pela empreendedora. No perfil da página, além de postar fotos dos produtos, são feitas postagens com dicas de moda, e de como usar os acessórios para cada ocasião, adotando assim uma fonte de comunicação de domínio e confiabilidade.

##### 4.1 PERFIL EMPREENDEDOR

Acerca do **perfil empreendedor**, a narrativa da entrevistada permite a identificação das competências as quais Neiva e D'Elia (2014), afirmam ser essenciais para o novo perfil do secretariado executivo, podendo-se citar: **visão**, quando a entrevistada reflete sobre a sua trajetória empreendedora, bem como do processo da exploração da oportunidade e o anseio por ampliar o seu negócio; **capacidade de realização**, ao transformar a ideia de negócio em realidades, além de demonstrar competência para **entender de gente**, ao compreender e conhecer os gostos e preferências de seus cliente. As características da entrevistada também demonstram alinhamento ao perfil dinâmico e empreendedor do secretariado.

Em relação ao perfil empreendedor apresentado por McClelland (1978 apud SCHMIDT; DREHER, 2006), o estudo de caso permitiu a verificação de 7 características elencados pelo autor:

- 1- **Iniciativa** - a entrevistada percebeu a oportunidade empreendedora - produzir peças artesanais -, e combinadas com sua capacidade de realização, soube reconhecer e investir transformando a oportunidade em oportunidade real;
- 2- **Persistência** - apesar dos primeiros obstáculos para investir, contou com o apoio dos familiares, não desistiu da visão, valor e objetivos delimitados por ela;
- 3- **Comprometimento** - a entrevistada demonstra comprometimento com seu negócio, pois busca informações para melhorar a sua estratégia de venda e ampliar a loja;
- 4- **Busca de informações** - em determinado momento da entrevista, foi possível perceber que apesar de ter colado grau de 2016, a empreendedora não parou de estudar e recorrer a fontes de ensino, mesmo que não fossem formais, para ampliar o seu conhecimento sobre o empreendimento e o mercado econômico;
- 5- **Orientados para metas** - a entrevistada demonstra se orientada para meta, ao definir que tem desejos e planeja a ampliação de sua loja para atender clientes em todas as regiões do país;
- 6- **Planejamento e monitoramento** - quanto ao planejamento, percebe-se essa característica na história de sua empresa - angariação de recursos -, quando a entrevistada demonstra seguir um planejamento financeiro;
- 7- **Independência e autoconfiança** - a entrevista demonstra confiar em suas habilidades e no mercado de trabalho, características que tanto McClelland (1978) quanto Baron e Shane (2011), defendem serem traços marcantes no perfil do empreendedor.

Quando perguntada se os familiares eram empreendedores, e se esse fato a influenciou a galgar o caminho do empreendedorismo, a entrevistada afirma que sim. Além disso, o fato de haver muitos exemplos de empreendedores, como seu avô, seus três tios, e o seu pai, corroborou para que ela enfrentasse o desafio de abrir o seu próprio negócio.

Olha, na minha família tem muitos empreendedores, e eu acho que isso assim, querendo ou não influencia bastante, porque você tem um apoio e já sabe mais ou menos como funciona. Então é, eu tenho por exemplo o meu avô que já tinha empresa, ele tinha uma metalúrgica, uma ferraria neh na época que falava. Eu tenho três tios que tem empresa também, e meu pai também tem empresa, então fica assim bem na família. E isso querendo ou não, ajuda bastante a gente a seguir nesse ramo. Você tem um pouco mais de coragem, porque realmente é um bem desafiador, quando você vê outras pessoas que conseguiram, já dá um gás a mais para você seguir nessa área (ENTREVISTADA, 2021)

Baron e Shane (2011), discorrem que o ambiente ao qual o empreendedor está inserido parecem interferir nas chances do empreendedor em prosseguir na carreira empreendedora. Empreendedores que são expostos a ambientes familiares onde tios, avós ou pais são ou eram empreendedores, ou até mesmo de amigos, os incentivam a buscar e investir em ideias empreendedoras, o que é destacado na narrativa da entrevistada e em seu perfil empreendedor.

#### 4.2 OPORTUNIDADE EMPREENDEDORA

A ideia do negócio surgiu em meados de 2015, quando esta cursava o terceiro ano, mesma época do desenvolvimento do seu trabalho de conclusão de curso (TCC). Após a saída do estágio, pensou em revender os acessórios que as suas primas produziam, no entanto, uma de suas primas, percebendo que essa tinha um certo interesse por moda e acessórios, a incentivou a produzir as suas próprias peças. Assim, a partir de uma indicação, e reconhecendo a oportunidade de negócio, começou a investir no empreendimento. Cabe ressaltar que, segundo Baron e Shane (2006, p. 7), a oportunidade empreendedora “não se trata apenas de criar algo novo, mas de reconhecer oportunidades que as pessoas irão querer ter e investir, tomando medidas para transformar a ideia de negócio viável e lucrativa”.

Ardichvili, Cardozo e Ray (2003) destacam a atuação, na etapa da identificação da oportunidade empreendedora, dos seguintes elementos as redes sociais de relacionamento, informações prévias e o papel do meio, todos identificados neste estudo de caso, visto que além da ajuda de sua prima e também da informação e conhecimento prévios que a empreendedora tinha sobre o ramo e a contribuição do meio nesse processo, que pode ser nesse caso relacionado ao fato da entrevistada na época estar cursando Secretariado Executivo e também por seus pais e alguns familiares já terem empreendido. Ozgen (2011) também destaca a importância da rede de relacionamentos para a identificação de uma oportunidade empreendedora e Corbett (2005) apresenta os aspectos do conhecimento prévio do empreendedor nesse contexto.

Quando questionada a respeito do tempo que se deu da ideia até o lançamento do empreendimento, a entrevistada relata que não levou muito tempo, ainda que não houvesse um planejamento prévio como a elaboração do plano de negócio, o início ocorreu de forma imediata, assim que visualizou a oportunidade investiu seus recursos no empreendimento. A elaboração de um plano de negócio só viria a acontecer em outubro do mesmo ano, quando sua orientadora de TCC a incentivou a mudar o seu trabalho de conclusão de curso para que este fosse feito na sua própria empresa.

[...] foi tudo acontecendo tudo ao mesmo tempo. Então tempo aqui, entre ter a ideia do negócio e começar a fabricar as primeiras peças, foi um tempo bem curtinho. Tempo assim de receber as peças pelo correio, material, primeiro material, e eu já comecei a fazer, já comecei a vender. Foi bem rápido! (ENTREVISTADA, 2021).

O plano de negócios, é essencial para os empreendedores ainda no início do empreendimento, pois é a partir da elaboração deste material que o empreendedor visualiza os recursos, problemas e riscos do investimento com clareza (BARON; SHANE, 2011). Entretanto, apenas a elaboração escrita do negócio não é suficiente para tomadas de decisões importantes, como explicam Hashimoto, et al. (2012), o plano de negócio é a primeira fase do processo de exploração da oportunidade, sendo que nas outras etapas, o empreendedor ainda deve se ambientar a sua equipe e reconhecer problemas que não foram explorados no plano de negócio.

#### 4.3 INSERÇÃO NA CARREIRA EMPREENDEDORA

Segundo a entrevistada, para dar início ao seu negócio contou com recursos financeiros próprios, dinheiro que havia guardado durante o período que trabalhou nos correios, e conta que sempre fez um planejamento financeiro para “não gastar tudo o que ganha” (ENTREVISTA, 2021). Assim sendo, possuía o capital financeiro necessário para investir nas primeiras peças, e conforme as vendia, reinvestia o lucro em matérias-primas para produzir as novas peças, para assim formular seu capital de giro. De acordo com Gitman (2002), o termo investimento inicial refere-se à saída de caixa relevante a ser considerada quando se avalia um possível dispêndio de capital. O seu cálculo é obtido pela diferença entre todas as saídas e entradas ocorridas no momento em que o investimento é feito.

O processo de regularização da empresa como Microempreendedor Individual (MEI) se deu de imediato, ainda no começo do negócio sob os incentivos de sua mãe. O MEI é uma forma de regulamentar empresas e microempreendedores de forma jurídica. Diferentemente da sociedade limitada, Eireli (Empresa Individual de Responsabilidade Limitada), e Empresário individual, o MEI, refere-se ao pequeno empresário que trabalha por conta própria obtendo renda bruta igual ou menor a 360 mil reais. Dentre os benefícios do MEI estão a redução dos impostos tributários e o recolhimento único do imposto, o que possibilita o investimento em ferramentas e recursos necessários para o crescimento contínuo do negócio (SEBRAE, 2013).

Um dos pontos de destaque na narrativa da empreendedora, foi a influência e a rede de apoio formada por seus familiares, sendo que nas oportunidades que teve para falar de seu processo empreendedor, não deixou de lembrar do papel decisório de sua mãe na isenção na carreira empreendedora. Segundo a entrevistada, ter empreendedores na família a ajudou a saber como funciona esta área, o que facilitou o investimento no negócio. Outro aspecto que merece destaque foi o auxílio da prima, que também trabalhava no ramo de acessórios, moda e afins, e foi essencial na indicação de fornecedores, para que assim a entrevistada pudesse ter um ponto de partida para pesquisar novas parcerias de trabalho.

#### 4.4 INOVAÇÃO

Na quarta categoria, com o objetivo de identificar os processos internos e adaptações ao mercado, a entrevistada demonstrou interesse pela busca de conhecimentos de estratégia em vendas. Apesar de não ser em locais formais de ensino, como escolas ou cursos presenciais, a iniciativa é congruente com o perfil citado por Baron e Shane (2011), em que o empreendedor de oportunidades busca se manter informado sobre todos os conhecimentos, o que os prepara para enxergar e explorar a oportunidade de negócio. Além disso, a entrevistada também pontuou a necessidade de conhecer o perfil do cliente, bem como suas demandas e necessidades, ao destacar: “vai tendo adaptações do produto, quanto mais a gente vai conhecendo o perfil do nosso cliente.” (2021).

Por se tratar de uma “Eupresa”, conforme definida pela entrevistada, precisa constantemente rever os processos internos, porque sempre surgem novos desafios. Desta forma precisa estar sempre se adaptando às mudanças, pois ela realiza todas as partes da empresa, faz produção das peças, o financeiro, o marketing, tudo passa por ela. E para seguir constantemente as mudanças do mercado precisa sempre estar inovando. De acordo com Drucker (2001, p. 27), “a inovação mais produtiva é um produto ou serviço diferente, criando um novo tipo de satisfação, ao invés de uma simples melhoria”. Dessa forma, a inovação está associada à geração de valor econômico e é diferente da invenção, que tem um significado tipicamente tecnológico.

No entanto, apesar de hoje ela ser responsável por todas as atividades da empresa, percebe-se que a empreendedora está se organizando para delegar algumas atividades mais operacionais do empreendimento vislumbrando o crescimento do negócio. Atualmente, apesar de trabalhar com vendedoras comissionadas, tem a pretensão de ampliar a sua equipe para vender em outros estados e regiões. A entrevistada ainda afirma ter planos para ampliar o alcance do perfil da loja online, e para tanto, no ano de 2020 participou de um projeto de extensão sobre exportação, realizado pela UNIOESTE - Campus de Cascavel.

#### 4.5 CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO COMO AGENTE FORMADOR DE EMPREENDEDORES

Ao analisar a quinta categoria, percebeu-se no relato da entrevistada a grande importância que sua professora orientadora do TCC teve no processo de exploração da ideia do negócio. Incentivada e orientada por sua professora, a entrevistada sentiu a necessidade de mudar os planos do seu TCC para elaborar o plano de negócios da sua empresa, que porventura foi publicado e aprovado pela banca examinadora para a colação de grau. A atenção da orientadora para esse detalhe importante do processo de exploração do negócio, demonstra dois pontos importantes: a primeira é a preocupação da professora quanto ao processo de aprendizagem do graduando, e em segundo, o comprometimento do curso de Secretariado Executivo com a formação de empreendedores.

Diante disso, percebe-se que o perfil empreendedor da entrevistada foi potencializado durante o curso, cabendo ressaltar que a visualização da oportunidade e exploração da mesma ocorreu quando ainda estava no 3º ano. Assim o curso de Secretariado Executivo como agente de apoio para a formação de empreendedores, oferece ferramentas que auxiliam os egressos a explorarem as oportunidades empreendedoras. Na visão da entrevistada, o curso de Secretariado oferece muita informação no que tange o empreendedorismo, que, ainda segundo ela, só começou a fazer sentido quando abriu o seu negócio.

Na época eu até comentava com a professora, que parece que depois, que eu comecei com essa ideia, que eu tive a minha própria empresa, todas as matérias faziam sentido, até coisas dos anos anteriores que talvez não tinha dado tanta importância, que me faziam falta. Até comentei um dia com ela (professora) que tinha vontade de participar de outras matérias. Tem as matérias do professor [...] ele falava muito sobre várias coisas assim, de finanças, de empresarial. E depois eu pensava, se eu estivesse agora de novo aula com ele, esse conhecimento, com certeza eu ia participar muito mais, ia agregar muito mais valor pra mim, porque parece que as coisas começam a fazer sentido. Que nem no quarto ano teve a matéria de empreendedorismo, [...] também caía como uma luva. Essas matérias pra mim, nossa faziam, tudo começava a fazer muito mais sentido. Eu acho que o secretariado tem várias matérias, várias disciplinas, que são essenciais assim, pra quem é um empreendedor, quer ser um empreendedor. Porque quando você cai meio de paraquedas nessa profissão, eu acho que fica muito mais difícil. Mas eu tive muito mais esse embasamento teórico durante esse tempo de curso, do 3º ao 4º ano. Mas que nem, se eu voltasse do 1º ano, acho que ia valer muito mais a pena ainda (ENTREVISTADA, 2021).

O relato da entrevistada vem de encontro com a grade curricular do curso de Secretariado Executivo disponibilizado pela UNIOESTE. Apesar de ter sofrido alteração entre a formação da entrevistada e a emenda curricular de 2018, o curso oferece disciplinas voltadas para o Empreendedorismo, Estratégia Empresarial e de Gestão da Inovação - disciplina

oferecida como optativa. Em Empreendedorismo, os acadêmicos estudam a história e o perfil empreendedor e intraempreendedor, cultura empreendedora, além de uma parte prática onde são incentivados a desenvolverem ideias empreendedoras. A carga horária da disciplina e os assuntos estudados contemplam a disciplina de Gestão da inovação, na qual os alunos são inseridos no universo da inovação, aprendendo a diferenciar e trabalhar com ferramentas de inovação, como o *Design Thinking*. Assim como em Empreendedorismo, os acadêmicos também são incentivados a gerar ideias inovadoras para problemas encontrados em seu ambiente de vivência - sociedade -, ecossistêmico e mercado econômico, contemplando assim o tripé da sustentabilidade. Em relação à Estratégia Empresarial, os graduandos estudam estratégias como teoria e prática, aprendendo conceitos, formas, monitoramento e feedback da estratégia, questões que são essenciais para o sucesso da oportunidade empreendedora.

Diante do exposto, percebe-se que a abertura do empreendimento pela entrevistada contemplou as fases apresentadas por Baron e Shane (2011) desde o reconhecimento e a identificação de uma oportunidade empreendedora até a construção de um negócio de sucesso. No momento a empreendedora se prepara para expandir seu negócio, aumentando sua equipe e assim se retirando de atividades mais operacionais que possivelmente encaminhe a empreendedora para a colheita das recompensas com a saída dos fundadores. Para que haja uma melhor visualização dos resultados, na sequência foi elaborado um quadro resumo dos resultados (quadro 1).

Quadro 2 - Quadro resumo dos resultados

CATEGORIAS	DEFINIÇÕES	RESULTADOS DO ESTUDO DE CASO
Perfil empreendedor	Identificar a visão empreendedora e o ambiente ao qual a empreendedora está inserida.	A entrevistada demonstra competências relacionadas tanto ao perfil empreendedor quanto secretarial, destacando-se: visão empreendedora e competência para realizar metas e objetivos, iniciativa, persistência, comprometimento, busca por informações, orientação para metas, planejamento e autoconfiança. Destaca-se ainda a interferência do ambiente familiar empreendedor constatado na análise dos dados.
Oportunidade Empreendedora	Investigar o processo de visualização da oportunidade empreendedora.	A entrevistada cumpriu o processo de exploração da oportunidade empreendedora, destacando-se a visualização da oportunidade, angariação de recursos e elaboração do plano de negócios.
Inserção na carreira empreendedora	Identificar as motivações e forma de angariação para abertura do negócio.	Constata-se a importância da rede de apoio familiar na inserção do empreendedorismo, além da imediata regulamentação do negócio, o que colabora para o investimento no negócio.
Inovação	Identificar os processos internos e adaptações ao mercado e aos clientes.	Entrevistada demonstra atenção e preocupação com seus clientes e desenvolvimento contínuo do aprendizado, destacando-se ainda a pretensão de ampliar o negócio.
Curso de Secretariado Executivo como agente formador de empreendedores	Analisar a influência do Curso de Secretariado para o perfil e desenvolvimento da	Constata-se a importância do Curso de Secretariado Executivo da UNIOESTE em contribuir para a formação de empreendedores por meio da grade curricular e dos professores que compõem o corpo estudantil.



28 A 30 DE OUTUBRO DE 2021

“REDES DE COLABORAÇÃO CIENTÍFICA NO SECRETARIADO: O QUE PODEMOS FAZER PARA A PROFISSÃO DO AMANHÃ?”

---

	oportunidade empreendedora.	
--	-----------------------------	--

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

Um ponto que merece destaque é o fato de o empreendedorismo não ser uma ação isolada e sim a construção de um empreendimento com uma sequência de fases e ações relacionadas entre si e que são influenciadas por variáveis de nível individual, grupal e social (BARON; SHANE, 2011).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os resultados obtidos por meio deste estudo de caso, pode-se concluir que o curso de Secretariado Executivo exerce um papel importante na formação de empreendedores, citados aqui como aqueles que visualizam uma oportunidade em seu ambiente, sendo capazes de transformá-las em negócios lucrativos. Cabe-se ressaltar o papel da orientadora de TCC da entrevistada, que ao saber da abertura do negócio, foi fundamental para incentivá-la a elaborar o plano de negócios da sua empresa.

O perfil da entrevistada converge com o perfil apresentado do profissional de secretariado executivo e do empreendedor, tal resultado permite inferir a proximidade destas duas áreas e a multidisciplinaridade e polivalência do secretário. Neste sentido, o profissional de secretariado é beneficiado, podendo esse atuar em diferentes áreas e se assim o quiser, podendo até mesmo atuar em mercados construídos a partir da oportunidade empreendedora visualizada por ele. Entretanto, cabe ressaltar que o estudo de caso ocorreu a partir do ponto de vista de uma única instituição a UNIOESTE, cuja grade curricular, como apontada pela entrevistada, colabora para a formação de empreendedores, principalmente para aqueles aspirantes a carreira.

Desta forma, partindo do ponto de análise, a Universidade Estadual do Oeste do Paraná contribuiu para a formação do perfil empreendedor da entrevistada e configura-se como ambiente influenciador de empreendedores. Ressalta-se ainda o conteúdo das disciplinas ofertadas pela grade do curso de Secretariado Executivo Trilíngue, que além de colaborar para a formação de empreendedores, como citado anteriormente, constitui-se como uma rede de colaboração e incubação de ideias empreendedoras que podem ser colocadas em práticas ainda na formação acadêmica do graduando. Apesar de em diversas oportunidades, e entrevistada ressaltar a importância e influência da rede de apoio familiar, o apoio oferecido pela orientadora de TCC também se mostrou em igual importância, levantando-se assim insight importantes para a formação da cultura empreendedora, tema que não foi aprofundado na pesquisa.

O empreendedorismo enquanto oportunidade de carreira, mostra facetas que vão além da visualização da oportunidade, sendo que o processo de identificação até a abertura da empresa, perpassa etapas essenciais para a transformação da ideia em oportunidade real de negócio. Neste sentido, o estudo de caso possibilitou a averiguação e entendimento do processo empreendedor, que baseado nos estudos de Baron e Shane (2011), permitiram ainda constatar o modelo de identificação e exploração da oportunidade empreendedora proposta pelos autores. Portanto, é possível dizer que a entrevistada ao visualizar a oportunidade empreendedora, angariou recursos para a exploração da oportunidade, e a partir da elaboração do plano de

negócios foi possível identificar problemas, riscos, oportunidades e informações essenciais para a abertura do negócio, lançando assim a ideia no mercado econômico.

A visão crítica da empreendedora também foi ressaltada, quando esta percebeu que investir na produção de acessórios era uma oportunidade verdadeira de empreendimento, utilizando assim o pouco de seus recursos para desenvolver a ideia. A entrevistada ainda demonstra visão estratégica ao elaborar o marketing da sua loja no *Instagram*, e ao focar em um nicho de mercado. Como a própria entrevistada aponta, ao longo dos anos foi possível reconhecer e elaborar produtos baseados no perfil de seus clientes, fato esse que é importante para os empreendedores que buscam inovar em seus negócios, e que estão presentes em um nicho de mercado.

Por se tratar de um estudo de caso, não é possível generalizar os resultados desta pesquisa. No entanto, apesar dessa limitação a pesquisa contribui para a compreensão da relação entre o secretariado executivo e o empreendedorismo, por meio da apresentação da trajetória empreendedora de uma Secretária Executiva, que teve o reconhecimento e a exploração da oportunidade empreendedora ainda durante sua formação. Salientando assim a importância de disciplinas sobre empreendedorismo, na grade curricular do curso.

## REFERÊNCIAS

ARDICHVILI, A.; CARDOZO, R.; RAY, S. A theory of opportunity identification and development. **Journal of Business Venturing**. V. 18, p. 105-123, 2003. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00068-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00068-4). Acesso em 12 de julho de 2021.

BAGGIO, A; BAGGIO, D. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**. V. 1, n. 1, p. 25-38, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

BARBOSA, S.; DURANTE, D. Secretariado executivo e empreendedorismo: Realidade ou Utopia. São Paulo: **Revista de Gestão e Secretariado**, 2013. Disponível em: [https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/143/pdf\\_1](https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/143/pdf_1). Acesso em: 29 março 2021.

BARON, S.; SHANE, R. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Editora Cengage Learning, 2011.

BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Trad. Pedrinho Guareschi. 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

BORTOLOTTI, M. F. P; WILLERS, E. M. **Profissional de secretariado executivo: explanação das principais características que compõem o perfil**. Rev. Expectativa, v. 4, n. 1, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.48075/revex.v4i1.410>. Acesso em 07 de maio de 2021.

CORBETT, A. C. Experiential Learning Within the Process of Opportunity Identification and Exploitation. **Entrepreneurship Theory and Practice**. V. 29, n. 4, p. 473-491, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00094.x>. Acesso em 10 de junho de 2021.

DRUKER, P. F. **O melhor de Peter Druker: A administração**. 1. ed. São Paulo: Nobel, 2001.

FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 7a ed. São Paulo: Harbra, 2002.

GRANDO, C.; CORREA, A. B. G.; RINALDI, R. N. **O perfil do secretariado executivo frente às necessidades das instituições financeiras**. Rev. Expectativa, v. VI, n. 6, p. 9-19. Toledo, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.48075/revox.v6i1.984>. Acesso em 10 de julho de 2021.

HASHIMOTO, M.; LOPES, R. M. A.; ANDREASSI, T.; NASSIF, V. M. J. **Práticas de empreendedorismo: casos e planos de negócios**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

HIRISCH, R.D; PETERS; M.P; SHEPHERD, D.A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. Saraiva Educação SA, 2017.

LANDSTRÖN, H. **Pioneers in entrepreneurship and small business research**. New York: Springer Science, 2005.

LIMA, Francisco; OLIVEIRA, Lidiane. **As Habilidades empreendedoras do secretariado executivo como fator de crescimento profissional temática: Direitos Humanos, Relações de Gênero e Gestão de Pessoas**. In: Congresso Nacional de Excelência em Gestão (Inovarse), 2016. Disponível em: [https://www.inovarse.org/sites/default/files/T16\\_032.pdf](https://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_032.pdf). Acesso em 04 abril de 2021.

MACHADO, H. P. V; BASAGLIA, M. M. **Identificação e exploração de oportunidades: estudos de casos no Paraná e em Quebec**. **Gestão & Regionalidade**, v. 31, n. 92, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.13037/gr.vol31n92.2742>. Acesso em 04 de abril de 2021.

MACHADO, H. P. V; ESPINHA, P. G. Considerações sobre a mortalidade de pequenas empresas. In: MACHADO, H. P. V. (org). Causas de mortalidades de pequenas empresas: coletânea de estudos. Maringá: Eduem, 2007.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 11 ed. São Paulo: Hucitec, 2008.

NEIVA, E. G.; D’ELIA, M. E. S. **As novas competências do profissional de secretariado**. 3. ed. São Paulo: IOB, 2014

OZGEN, E. Porter’s Diamond Model and Opportunity Recognition: A cognitive perspective. **Academy of Entrepreneurship Journal**. V. 17, n. 2, p. 61-76, 2011. Disponível em: [www.proquest.com/openview/f20e81bf97280767ad23aef28d848ec1/1?pq-origsite=gscholar&cbl=29726](http://www.proquest.com/openview/f20e81bf97280767ad23aef28d848ec1/1?pq-origsite=gscholar&cbl=29726). Acesso em 04 de abril de 2021.

RAMOS-RODRÍGUEZ, A. R.; MEDINA-GARRIDO, J. A.; LORENZO-GÓMEZ, J. D.; RUIZ-NAVARRO, J. What you know or who you know? The role of intellectual and social capital in opportunity recognition. **International Small Business Journal**. V. 28, n. 6, p. 566-582, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0266242610369753>. Acesso em 04 de abril de 2021.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2008.

SAGERS, R. T. **Multinational Management: a casebook on Asia’s global market leaders**. 1. ed. New York: Springer, 2016.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília, 2013.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a Field of Research. **Academy of Management Review**. V. 25, n. 1, p. 217-226, 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>. Acesso em 04 de abril de 2021.

SCHMIDT, C. M.; DREHER, M. T. Gestão estratégica e perfil empreendedor: o caso de uma empresa de tintas da cidade de Toledo/PR. **Revista Expectativa**, v. 5, n. 1, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.48075/revex.v5i1.88>. Acesso em 04 de abril de 2021.

TANG, J.; KACMAR, K. M.; BUSENITZ, L. Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. **Journal of Business Venturing**. V. 21, n. 1, p. 77-94, Jan 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.07.001>. Acesso em 10 de abril de 2021.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.