

Empreendedorismo e Secretariado Executivo: Um estudo de caso da abertura de um empreendimento por uma graduanda em Secretariado Executivo da Universidade do Oeste do Paraná (UNIOESTE)

Entrepreneurship and Executive Secretariat: A case study of the starting an enterprise by an undergraduate student in Executive Secretariat at UNIOESTE

Mayara de Oliveira Neco¹ , Jheni Maria de Fátima Soares² , Marcela Moura Basaglia³ 

¹ Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), Brasil, Graduanda em Secretariado Executivo (Unioeste), e-mail: mayaraneco@gmail.com

² Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), Brasil, Graduanda em Secretariado Executivo (Unioeste), e-mail: jhenisoares05@gmail.com

³ Universidade Estadual de Maringá (UEM), Brasil, Doutoranda em Administração (UEM), e-mail: basagliamm@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 artigo é: Descrever 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). Entre os objetivos específicos da pesquisa, estão: (1) apresentar 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 pela UNIOESTE e atualmente administra o seu próprio negócio. Os resultados da pesquisa demonstraram que o curso contribuiu para a formação do perfil empreendedor da participante e para a abertura do empreendimento.

Palavras-chave: Entrepreneurship. Executive Secretariat. Entrepreneurial Opportunity.

ABSTRACT

There are several possibilities for starting a business and the Executive Secretariat undergraduate course may encourage this process by its curriculum, which assists the academics to comprehend the process of entrepreneurship, covering the aspects for the elaboration of the business plan, in addition to working with contents directed to business management. Therefore, the main objective of the paper is: Describe the process of entrepreneurship from the identification of the opportunity to the exploration of the opportunity by an undergraduate student of Executive Secretariat by the State University of West of Paraná (UNIOESTE). Within the main objective of the study, are: (1) Introduce the professional profile of the executive secretariat; (2) Analyze the steps of the identification and exploration of the opportunity proposed by Baron e Shane (2011). In methodological terms, the present research is a qualitative case study. The databases were collected by means of an interview with an executive secretary who, at the time of starting her business, was undergraduate student and currently administers their own business. The research's results showed that high graduation contributes with the entrepreneurial profile development of the interviewed as well as with to start the enterprise.

Keywords: Entrepreneurship. Executive Secretariat. Entrepreneurial Opportunity.

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 setores novos, o empreendedor gera novos empregos, afetando a economia e o ambiente no qual está inserido. Segundo Hisrich e Peters (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 rentável e inovador, ou seja, que atenda a necessidade da sociedade onde está inserido.

O perfil do secretariado executivo, neste sentido, converge com o perfil empreendedor, uma vez que, esse profissional polivalente quando inserido no mercado de trabalho assume competências e habilidades empreendedoras, contribuindo com visões estratégicas para a resolução dos desafios e problemáticas das organizações nesse ambiente dinâmico. Ao contrário do que comumente é pensado sobre a profissão, este profissional desempenha suas funções com criatividade e participação, longe do perfil tecnicista. Tais habilidades envolvem atuações como agentes de resultados e de qualidade até agentes de mudanças (NEIVA; D’ELIA, 2014). Esse perfil destaca o secretariado executivo no mercado de trabalho, pois ao assumir função de assessor passa a ser exigido maior visão crítica relacionada aos negócios, criatividade e inovação (BARBOSA; DURANTE, 2013). 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.

Durante sua vivência acadêmica, o futuro profissional se depara com disciplinas que abrangem administração de empresas, empreendedorismo e gestão da inovação. Tais disciplinas podem despertar no acadêmico o desenvolvimento de competências e habilidades essenciais para o mercado de trabalho, ou até mesmo incentivá-lo a empreender, enxergando oportunidades no meio em que vivem, e a partir da criatividade, criar negócios dentro da área de secretariado executivo ou ainda abrir novos mercados. As oportunidades de negócio, podem ainda ser colocadas em prática durante a graduação.

Desta maneira, adquirir competências de empreendedorismo se torna uma opção de carreira para o profissional de secretariado executivo. Assim, a fim de explorar essa temática, este trabalho tem como pergunta norteadora: **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 descrever 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 em apresentar o perfil do profissional de secretariado executivo, e por conseguinte analisar as etapas de identificação e exploração da oportunidade empreendedora pela egressa, tendo como base o modelo proposto por Baron e Shane (2011).

A pesquisa se justifica pela importância em compreender a relação existente entre o perfil profissional do secretário executivo e o empreendedorismo, incentivando novas possibilidades de atuação para os trabalhadores em secretariado, ao demonstrar o processo empreendedor que se iniciou ainda na graduação em secretariado executivo. Além de contribuir com a teoria, se justifica também 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 da técnica de entrevista pessoal 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 discussão dos resultados e então as considerações finais, seguidas das referências utilizadas para essa pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ORIGENS DO EMPREENDEDORISMO

Historicamente, o empreendedorismo sempre fez parte da sociedade e colaborou para o seu desenvolvimento. 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, de acordo com 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 na década de 80 e Frank Knight década de 70, 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 (1883), o processo de inovação ocorria quando havia uma mudança de valores nos 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, sendo assim o “empreendedorismo (...), é um processo de ‘destruição criativa’, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos.” (SCHUMPETER, 1998, apud BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 27).

Partindo da ideia de Schumpeter, o empreendedorismo pode ser ainda entendido como um processo de reconhecimento de oportunidades para criar algo. Dessa forma, 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 imprima esforços para tornar a ideia em uma oportunidade real (BARON; SHANE, 2011).

Vários fatores podem influenciar a identificação da oportunidade empreendedora, tais 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) o relaciona aos treinamentos, ao conhecimento de mercado bem como aos problemas dos clientes dentre outros. Outro elemento que merece destaque é a importância da família e dos amigos dentro das redes 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, ou seja, 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: Baron e Shane (2011) adaptado pelas autoras (2021).

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).

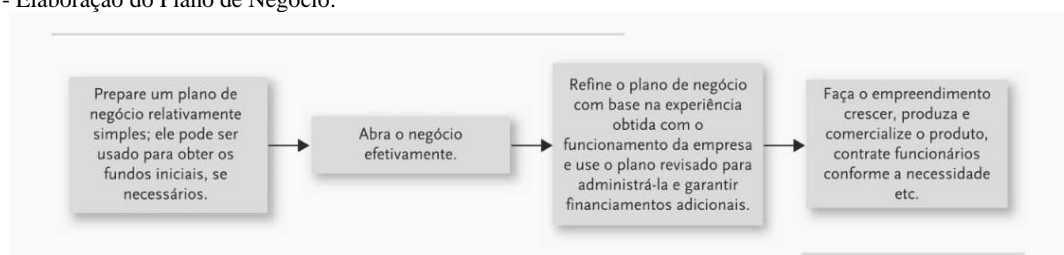
Após a identificação da oportunidade empreendedora, o empreendedor deverá explorar as oportunidades a fim de torná-las rentáveis e passíveis de capitalização. No entanto, importa ressaltar que a lucratividade do empreendimento não se refere somente ao ganho monetário, uma vez que as empresas podem se fundir em ramos privados ou públicos, podendo atuar como 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 na exploração da oportunidade empreendedora. 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. Nesse processo, cabe ao empreendedor planejar, definir objetivos e estratégias de mercado que melhor se encaixem no seu investimento, e que o permita explorar da melhor maneira face a oportunidade visualizada.

Segundo 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. Ainda para os mesmos autores, apesar dos pontos fortes serem importantes para o estudo da oportunidade, os pontos fracos também o são, sendo imprescindível que ao elaborar o plano, seja dedicada uma seção para levantar os problemas e riscos do investimento que possam se opor ao sucesso e lucratividade do negócio.

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, com base na experiência obtida por meio do funcionamento da empresa, podendo indicar possíveis mudanças e refinamento das estratégias definidas no plano de negócio.

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. Nesse sentido, o plano deve ser o mais sucinto possível, para que prenda a atenção de possíveis investidores ao ressaltar os pontos que se aproximam da realidade do mercado, como por exemplo a lucratividade do negócio. As chances de sucesso do negócio, por mais que não se possa prevê-lo devido ao mercado dinâmico, dependem dos primeiros passos para a exploração da oportunidade. O plano de negócios, faz-se nesse sentido, ainda mais importante, pois é a partir dele que o empreendedor terá um norte, baseado em informações do mercado, para melhor explorar a oportunidade visualizada.

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 secretariado 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 a escrever, sendo essa a sua principal função.

No início, ainda sem regulamentação, o profissional de secretariado 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. 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 (MÜLLER; OLIVEIRA; CEGAN, 2015, p. 138).

O cenário começa a mudar a partir da década de 80, quando em 1985 o secretariado é regulamentado como profissão pela Lei 7.377/85. A partir desse momento, o profissional passou a ser exigido a ter qualificações e habilidades específicas relativas à área secretarial direcionando a sua atuação como assessores executivos, gestores, empreendedores e consultores (BORTOLOTTI; WILLERS, 2005).

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. Nesse sentido, são exigidos 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; WILLERS, 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 organização de eventos, viagens, e reuniões		Relações Intrapessoais	Referem-se ao autoconhecimento de suas habilidades, interpretação de traços da personalidade e como 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: Bortolotto e Willers (2005) adaptado pelas autoras (2021).

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: **(1) velocidade**, rápida adaptação às mudanças do mercado; **(2) visão**, estar atento às novas transformações do mercado e da profissão e das novas tendências do negócio em que atua; **(3) polivalência**, capacidade de integrar informações de distintas áreas; **(4) capacidade de realização**, refere-se a competência de monitorar e realizar objetivos e metas; **(5) saber lidar com pessoas**, refere-se a capacidade de atender e entender os clientes. Essas competências aliadas à capacidade do profissional de secretariado em evoluir constantemente permite ao secretário atuar em diversos campos da organização ao assumirem perfil dinâmico, empreendedor e inovador frente ao mercado (GRANDO; CORREA; RINALDI, 2007).

Neiva e D’Elia (2014) afirmam que o potencial inovador e empreendedor do secretário é otimizado ao atuarem como gestores de informações, 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. Assim, o profissional de secretariado ao observar o ambiente em que está inserido, ou seja, a organização, torna-se criativo e dinâmico, desempenhando melhor as suas tarefas, o que por fim, leva ao surgimento de novas ideias (BARBOSA; DURANTE, 2013).

Desta forma, o perfil do secretariado executivo da atualidade se aplica ao perfil do empreendedor, pois ambos possuem facilidade para planejar e administrar seus planos, sejam eles em nível profissional ou pessoal (NEIVA; D’ELIA, 2014, p. 158). Assim, observa-se que as características empreendedoras do perfil do secretário executivo atual, podem tanto potencializar a atuação do secretário nas organizações, quanto permitir a ele explorar novas possibilidades de carreira, principalmente como empreendedor do seu próprio negócio.

Neste sentido, 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 certos indivíduos visualizem oportunidades empreendedoras enquanto outras não. No entanto, a capacidade de visualizar ou não oportunidades potencialmente lucrativas não são suficientes para definir o perfil empreendedor, uma vez que esse, para tornar a oportunidade empreendedora em realidade deve estar disposto a assumir risco e arriscar o que for necessário para alcançar o seu objetivo (BARON; SHANE, 2011).

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 (Teste de Identificação das Características Comportamentais Empreendedoras), conseguiu destacar dez comportamentos como ilustrado no quadro 2.:

Quadro 2 - Dez comportamentos empreendedores identificados pelo teste CCEs.

CARACTERÍSTICA	DEFINIÇÃO
Iniciativa	Os empreendedores conseguem visualizar oportunidades empreendedoras que outros indivíduos não percebem. Além disso, ao identificarem os pontos fortes e fracos da ideia de negócios, são capazes de reunir esforços para tornar a sua ideia e uma possibilidade real de negócio.
Persistência	Uma das características predominantes dos empreendedores é não desistirem diante de desafios e obstáculos.
Capacidade de correr riscos calculados	Os empreendedores avaliam as chances de sucesso e fracasso de suas decisões, capacidade essa que os permite tomarem as melhores decisões diante do mercado econômico dinâmico.

Busca pela qualidade e eficiência	Os empreendedores não poupam energias e/ou esforços para alcançar a excelência em seu trabalho, buscando fazer o melhor para tornar a ideia de negócio em uma oportunidade real.
Comprometimento	Buscam empenhar-se a fim de alcançar suas metas e objetivos.
Busca de Informações	Recorrem a livros, cursos, especialistas para melhorar as suas estratégias e assim explorar suas ideias com segurança e propriedade.
Orientação para meta	Os empreendedores não avançam sem fixarem objetivos e metas para o desenvolvimento das tarefas e do seu trabalho, por isso podem ser considerados planejadores natos.
Planejamento e monitoramento	Além de fixarem metas e objetivos, os empreendedores mantêm o costume de acompanhar o desenvolvimento de suas metas e objetivos ao longo prazo, estando em constante busca por feedbacks.
Independência e autoconfiança	Os empreendedores buscam autonomia para tomar decisões e mantêm-se confiantes frente aos desafios e obstáculos.
Persuasão	Os empreendedores conseguem influenciar e persuadir as pessoas ao seu redor para que essas acreditem em sua ideia, habilidade importante para estabelecer o negócio no mercado e buscar novos investidores;

Fonte: McClelland (1972, apud SCHMIDT; DREHER, 2006).

Para 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 discorrem que empreendedores de sucesso possuem alto nível de pontuação em todas essas categorias quando comparados a outros indivíduos, destacando a capacidade de visualizar oportunidades e de empenhar esforços para concretizar suas metas.

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 5 categorias analíticas, que se caracterizam da seguinte forma:

- 1- **Perfil empreendedor:** tem como objetivo identificar a visão empreendedora e o ambiente ao qual a empreendedora está inserida (influências e rede de apoio);
- 2- **Oportunidade Empreendedora:** investigar como surgiu a ideia de negócio (reconhecimento da oportunidade empreendedora);
- 3- **Inserção na carreira empreendedora:** identificar as motivações e forma de angariação para abertura do negócio, e compreender se houve uma rede de apoio e incentivo para a abertura do empreendimento, bem como investigar como foram definidas as questões burocráticas, legais da empresa e também os recursos financeiros;
- 4- **Inovação:** identificar os processos internos e as adaptações ao mercado;
- 5- **Curso de Secretariado Executivo como agente formador de empreendedores:** investigar como a formação em secretariado contribuiu com o lançamento do empreendimento e o perfil empreendedor.

Inicialmente, realizou-se um pré-teste com um graduando do curso de secretariado executivo da UNIOESTE, o qual à época cursava o terceiro ano. O pré-teste teve 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.

Os dados foram coletados em um único momento, em abril de 2021, caracterizando o corte da pesquisa como transversal (RICHARDSON, 2008). Cabe destacar que, por conta da pandemia causada pela SARS Cov-2, a entrevista ocorreu pela plataforma de videochamadas do *Google Meet*, sendo a entrevista 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 (BARDIN, 2021), 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 são 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: jóias, 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

A partir da narrativa da participante da entrevista, foi possível identificar competências as quais Neiva e D'Elia (2014) afirmam ser essenciais para o novo perfil do secretariado executivo, podendo-se citar: 1) 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; 2) 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 clientes. As características das entrevistas também demonstram alinhamento ao perfil dinâmico e empreendedor do secretariado.

Em relação ao perfil empreendedor apresentado por McClelland (1978), o estudo de caso permitiu a verificação de 7 características elencadas pelo autor.

Quadro 3 - Perfil empreendedor da participante da pesquisa.

CARACTERÍSTICA	DEFINIÇÃO
Iniciativa	A participante da entrevista percebeu a oportunidade empreendedora - produzir peças artesanais -, e combinadas com sua capacidade de realização, soube reconhecer e investir transformando a oportunidade em oportunidade real.
Persistência	Apesar dos primeiros obstáculos para investir, contou com o apoio dos familiares, não desistiu da visão, valor e objetivos delimitados por ela;
Comprometimento	Demonstra comprometimento com seu negócio, pois busca informações para melhorar a sua estratégia de venda e ampliar a loja;
Busca de Informações	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;
Orientação para meta	Planeja a ampliação de sua loja para atender clientes em todas as regiões do país;
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;
Independência e autoconfiança	Confia 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.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

Quando questionada se os familiares eram empreendedores, e se esse fato a influenciou a galgar o caminho do empreendedorismo, a resposta da entrevistada foi afirmativa, uma vez que para ela o fato de ter empreendedores na família a influenciou a seguir nesse ramo. Além disso, o apoio familiar também 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 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 (PARTICIPANTE DA PESQUISA, 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 foram empreendedores, ou até mesmo de amigos, representam condições favoráveis para ideias empreendedoras, o que é destacado na narrativa da participante da pesquisa em seu perfil empreendedor.

4.2 Oportunidade Empreendedora

A ideia do negócio surgiu em meados de 2015, quando a participante da pesquisa 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 o seu 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.

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 participante 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 participante relatou que não levou muito tempo, ainda que não houvesse um planejamento prévio como a elaboração do plano de negócio, 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! (PARTICIPANTE DA PESQUISA, 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 participante, 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” (PARTICIPANTE DA PESQUISA, 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 de até 60 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 participante, 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 empreendedora participante desta pesquisa pudesse ter um ponto de partida para pesquisar novas parcerias de trabalho.

4.4 Inovação

Os processos internos e as adaptações do mercado são essenciais para que um negócio sobreviva no mercado, por isso é importante que o empreendedor esteja atento às mudanças e em constante aprimoração. No entanto, como citado anteriormente, inovação do negócio e adaptação não se resume apenas na criação de produtos ou serviços novos, uma vez que, 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.

Nesse sentido, 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 se adaptar constantemente às mudanças, pois ela realiza todas as atividades da empresa,

como por exemplo, produção das peças, financeiro, e marketing, uma vez que a página on-line da empresa é administrada pela empreendedora.

Atualmente, apesar de trabalhar com vendedoras comissionadas, planeja ampliar a sua equipe para vender em outros estados e regiões, pois vislumbra o crescimento do negócio. A entrevistada ainda afirma ter planos para ampliar o alcance do perfil da loja on-line, 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 participante 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: 1) preocupação da professora quanto ao processo de aprendizagem do graduando; 2) 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 ao empreendedorismo, que, ainda segundo ela, só começou a fazer sentido quando abriu o seu negócio.

[...]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. [...] (PARTICIPANTE DA PESQUISA, 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 participante da pesquisa 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 4).

Quadro 4 - Quadro resumo dos resultados.

CATEGORIAS	DEFINIÇÕES	RESULTADOS DO ESTUDO DE CASO
Perfil empreendedor	Identificar a visão empreendedora e o ambiente no qual a empreendedora está inserida	Destaca-se competências secretariais e empreendedora identificadas: 1) visão empreendedora e competência para realizar metas e objetivos, 2) iniciativa, 3) persistência, 4) comprometimento, 5) busca por informações, 6) orientação para metas, 7) planejamento e 8) 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	O processo de exploração da oportunidade empreendedora foi cumprido, 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	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 oportunidade empreendedora	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.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

Um ponto que merece destaque é o fato do 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

Este estudo teve como objetivo geral descrever o processo de empreendedorismo, o qual inclui a identificação e exploração da oportunidade empreendedora por uma egressa do curso de Secretariado Executivo da UNIOESTE. 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. O estudo ressalta ainda o papel da orientadora de trabalho de conclusão de curso (TCC) da

participante desta pesquisa que ao saber da abertura do negócio foi fundamental para incentivá-la a elaborar o plano de negócios da sua empresa.

Além disso, o perfil da entrevistada se aproxima do perfil apresentado do profissional de secretariado executivo e do empreendedor, tais como visão empreendedora, iniciativa, persistência, comprometimento, busca por informações e planejamento, competências de administração e planejadoras, que conforme aponta Neiva e D'Elia (2014) são competências comuns tanto para o secretário executivo quanto ao empreendedor. Esse resultado permite inferir a proximidade destas duas áreas e a multidisciplinaridade e polivalência do secretário. Neste sentido, o profissional de secretariado é beneficiado ao poder atuar em diferentes áreas e se assim o quiser, pode 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. Desta forma, vislumbrando futuras pesquisas, sugere-se a ampliação do estudo para outras instituições que oferecem o curso de Secretariado Executivo como graduação.

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. É possível dizer que a egressa, atendeu as etapas do modelo de exploração proposto por Baron e Shane em 2011, atendendo o reconhecimento/identificação de uma oportunidade empreendedora, seguir em frente e reunir os recursos necessários; lançar o empreendimento, e agora constrói seu sucesso e caminha para colher as recompensas.

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. Salienta-se 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 jul. 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 maio 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. Acesso em: 29 mar. 2021.

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

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2021.

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 maio 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 jun. 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.

FRANCO, J. O. B.; GOUVÊA, J. B. **A linha do tempo empreendedorismo: A evolução histórica do Conceito**. In: CONGRESSO BRASILEIRO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS, II, 2013. **Anais [...]**. 2016.

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. **Revista Expectativa**, v. VI, n. 6, p. 9-19. Toledo, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.48075/revex.v6i1.984>. Acesso em: 10 jul. 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. **Anais** [...]. 2016. Disponível em: https://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_032.pdf. Acesso em: 04 abr. 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 abr. 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. 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.

MÜLLER, R.; OLIVEIRA, S.; CEGAN, E. Perfil do (a) profissional de secretariado executivo na gestão contemporânea: evidências a partir do ingressantes no mercado de trabalho na cidade de Curitiba, e das demandas empresariais. **Revista de Gestão e Secretariado**. v. 6, n. 3, p. 129-151, set./dez. 2015. Disponível em: <https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/453>. Acesso em: 07 maio 2021.

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. Acesso em: 04 abr. 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 abr. 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.

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 abr. 2021.

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 abr. 2021.

STELLA, R.D; HOKAI, S.R; SOUZA, F.M. A influência do comportamento empreendedor no desempenho da profissional de secretariado. **Revista Expectativa**, v. 15, n° 15, 2016. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/expectativa/article/view/9584>. Acesso em: 07 maio 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, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.07.001>. Acesso em: 10 abr. 2021.

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