

Gestão empreendedora: Caso de Sucesso da IBS Visual

Lucas Teixeira (FAHOR) lt000517@fahor.com.br

Édio Polacinski (FAHOR) polacinskiedio@fahor.com.br

Resumo

O objetivo do presente artigo é apresentar o caso de sucesso da empresa IBS Visual, uma empresa referência em comunicação visual, no município de Horizontina. Como metodologia de pesquisa, definiu-se o estudo de caso, uma vez que se trata do caso específico da empresa IBS Visual, ou seja, busca-se desenvolver um estudo profundo e exaustivo de um único caso, permitindo amplo e detalhado conhecimento. Como principais resultados de pesquisa, destaca-se a descrição de todas as atividades desenvolvidas pelo empreendedor, durante todo o processo de desenvolvimento de sua empresa, de 1995 até os dias de hoje. Além disso, permite-se afirmar que a partir das atividades de pesquisas realizadas, junto à empresa IBS Visual, que as boas idéias não estão diretamente associadas com o sucesso do empreendimento, mas com a correta postura de planejamento prévio antes da inserção no mercado.

Palavras chave: Gestão Empreendedora; Empreendedorismo; Plano de Negócio; IBS Visual, Sucesso.

1. Introdução

“Os empreendedores de sucesso transformam uma ideia abstrata em algo concreto, que funciona, transformando o que é possível em uma realidade bem-sucedida” (FIALHO *et al.*, 2007, p. 36). A gestão empreendedora, quando realizada da forma correta, trás muitos benefícios, não somente à empresa, mas também ao empreendedor. Trata-se de um caminho árduo a ser seguido, porém as vantagens são lícitas. No decorrer da carreira empreendedora as vantagens são ainda mais excitantes.

“Todo negócio bem-sucedido deve estar apoiado num plano de negócio, que deve conter informações como as estratégias do negócio, recursos humanos, análise dos dados e seleção das informações, gestão dos processos operacionais e de apoio [...]” (FIALHO *et al.*, 2007, p. 36).

O empreendedor percebe oportunidades e cria meios próprios para que possam ser executadas, envolvendo todas as ações inerentes à percepção delas (DORNELLAS, 2003). Entretanto, um dos grandes problemas enfrentados pelas empresas atuais é a falta de planejamento, que acarreta falência. Uma grande ideia, sem pesquisa de mercado, torna-se uma má ideia

e até mesmo um péssimo investimento. Diante disso, surge a pergunta deste artigo: ‘Quais são os fatores contribuintes para o sucesso de uma empresa?’

O objetivo do presente artigo é apresentar o caso de sucesso da empresa IBS Visual, uma empresa referência em comunicação visual, no município de Horizontina. Para o entendimento dos fatores que determinaram o sucesso, serão analisadas as tomadas de decisões e suas respectivas resoluções, apresentando as idéias que tornaram sucesso o negócio.

O presente trabalho agregará conhecimento, na área de Gestão Empreendedora, que é a matéria balizadora, servindo de referência para futuros empreendedores tomarem as decisões certas no momento certo. Entretanto, também pode ser considerado um exemplo a ser seguido por empresários em atividade, sejam iniciantes ou seniores. Além disso, através do caso da empresa IBS Visual é possível apresentar um sonho - de um menino - que se tornou em um bom negócio, bem como a qualidade de serviços que proporcionou um crescimento da empresa em grande escala.

O caso de sucesso da empresa IBS Visual caracteriza-se uma referência, uma vez que demonstra que a pessoa que tenha vontade de aprender mais, sobre empreendedorismo e gestão empreendedora, terá ótimos subsídios para garantir um bom futuro no ramo de negócios. O presente século está mostrando o empreendedorismo ser um grande negócio. “O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX” (TIMMONS *apud* DORNELLAS, 2003).

2. Revisão da Literatura

2.1 Empreendedorismo

O ser humano nasce dotado de habilidades. Tratando-se do ramo empresarial, uma das habilidades requeridas em uma esfera de negócios é a capacidade da visão empreendedora.

Em um Brasil, cuja taxa de desocupação, segundo IBGE (2011), é de 6,1%, existe a consequência de muitos pais de família, aqueles cujo grau de escolaridade é insuficiente, optem pela inserção no mercado de negócios do empreendedorismo. Um fato interessante, pois muitas empresas são levantadas dessa forma. Muitas almejam grande sucesso e conquistam, contudo muitas não têm a mesma sorte, pois quando se refere a empresários que não são possuidores de um planejamento prévio, há grande possibilidade de viver com a incerteza na tomada de decisões, e muitas empresas poderão vir a fracassar.

Felizmente não existem apenas pessoas, que por estarem em situações difíceis, tornam-se empreendedoras. Há pessoas que anseiam assumir um negócio, possuidor de uma ideia inovadora, porém, na empresa em que esteja a desempenhar alguma função, não tenha tempo ou oportunidade para executá-la, e, em consequência, decide abandonar a vida de empregado para ser empregador. Entretanto, nem sempre, à vontade de abrir um negócio está

vinculada à vontade de aprender a fazer certo, com o mínimo da possibilidade do fracasso. O perfil empreendedor é algo a ser conquistado.

A Figura 1 mostra que as exigências para um empreendedor são altas, pois ele precisa ter alta criatividade e alta capacidade de inovação, mas observe-se que cada profissão possui suas próprias exigências.

Quem é o empreendedor?



Figura 1 - Quem é o empreendedor? Fonte: Dornelas (2003).

Segundo Schumpeter (1949) *apud* Polacinski (2011) “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente através da introdução de novos produtos ou serviços, pela criação de novas formas de organização, ou pela exploração de novos recursos e materiais”, ou seja, uma busca constante de inovação, que se tornou uma das vantagens competitivas há no mercado atual.

Um empreendedor pode ser definido como aquele que combina recursos, trabalho, matérias e outros ativos para que venha agregar valor, mais do que tenha agregado anteriormente, tratando-se da visão econômica. Tratando da visão psicológica, é uma pessoa que tem, dentro de si, vontade e necessidade de obter ou alçar algo, experimentando e/ou realizando novas experiências podendo, assim, escapar da autoridade de outros (HISRICH; PETERS *apud* Polacinski, 2011).

Os empreendedores natos trouxeram, para a raça humana, muitas atitudes inovadoras que tiveram êxito. “Pode-se observar que os maiores avanços humanos foram construídos a partir de pessoas com uma grande capacidade de agir. Indivíduos com o conhecimento e a coragem necessária para desafiar costumes e leis e, dessa forma, revolucionar sua época” (CAMILOTTI, 2001, p. 19).

As boas atitudes e busca de conhecimento contínuo auxiliam para o desenvolvimento de um empreendedor de sucesso, lembrando que “conhecimento gera poder, mas só a inovação gera a competitividade”

(LUDWIG, 2011). A seguir, apresenta-se uma forma ilustrativa da razão criatividade/inação.

2.2 Plano de Negócio

“As empresas têm tido estratégias desde os primeiros dias do comércio. Mas somente a partir da década de 1960 tornou-se comum tratar explicitamente da questão de quais deveriam ser suas estratégias. Desde então, a estratégia tem sido estudada, ensinada e discutida interminavelmente” (KAY, 1996, p. 7).

A Figura 2 apresenta, de forma inteligível, os passos a serem seguidos para que possa ser elaborado um plano de negócio consistente e sem lacuna de informações. Observa-se que a última etapa do jogo consiste em voltar ao início, caso o plano não esteja pronto e o empreendimento já esteja estabelecido, deixando claro que o plano deve sempre estar em primeiro plano.

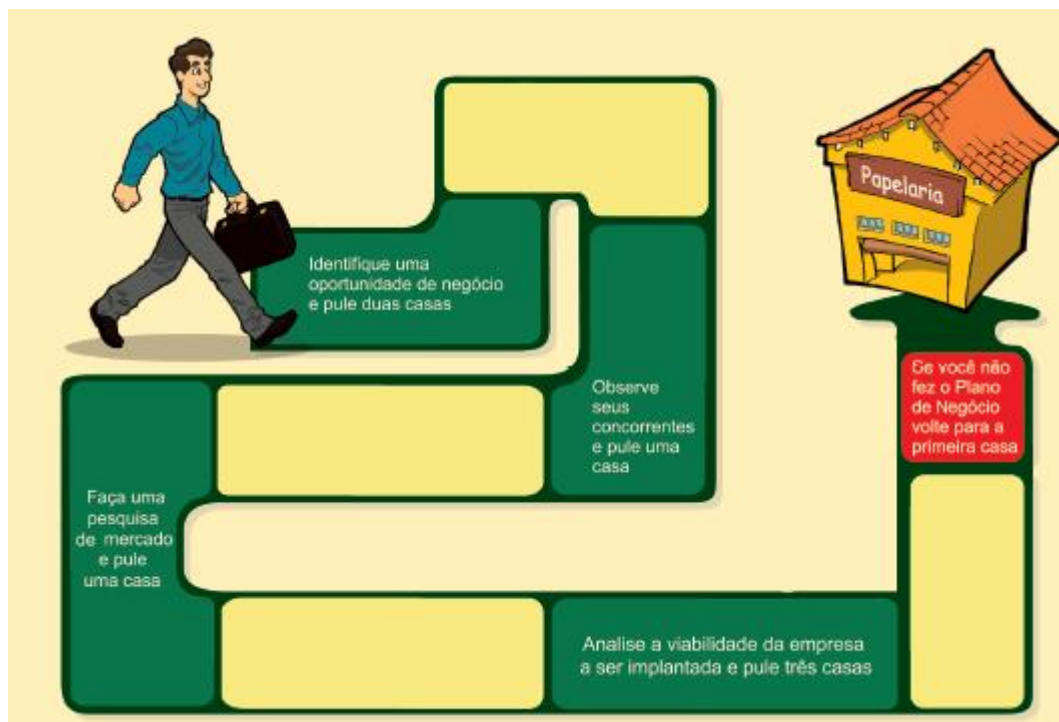


Figura 2 - Como elaborar um plano de negócio. Fonte: SEBRAE (2009).

O plano de negócio pode ser definido como “[...] um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas” (SEBRAE, 2009, p. 9).

Um plano de negócio é de fundamental importância, pois a essência de um negócio bem sucedido é o planejamento prévio. Com a tomada de decisões sem planejamento, o empreendedor é suscetível de cometer erros, podendo se tornar em fracasso, caso não seja corrigido seu planejamento no momento certo.

O plano de negócio é o instrumento ideal para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito ou mesmo ampliar ou promover inovações em seu negócio.

Uma das prioridades da instituição, portanto, diz respeito à capacitação dos empresários e dos interessados em abrir sua empresa, investindo na elaboração de planejamento do negócio e no conhecimento direcionado às práticas gerenciais, para que estes possam criar e manter seus empreendimentos, participando efetivamente no desenvolvimento do País (SEBRAE, 2009, p. 8).

Não existe um pleno sucesso sem o conhecimento do próprio negócio e sem o conhecimento do mercado onde será inserido, mesmo que haja grandes empreendedores que se levantaram sem um plano de negócio, não existe nenhuma teoria que prove o contrário.

2.3 Empresa Familiar

Existe uma fração de empreendedores que, no início de sua carreira, optaram pela parceria familiar. Porém, uma empresa é considerada uma empresa familiar se abranger alguns requisitos.

Uma companhia (empresa) é considerada uma Empresa Familiar [...] quando está perfeitamente identificada com uma família pelo menos há duas gerações e quando essa ligação resulta numa influência recíproca na política geral da firma e nos interesses e objetivos da família. Ou seja, é aquela que tem sua origem e sua história vinculadas a uma família e que mantém os membros da família na administração (DONNELLEY *apud* BEZERRA, 2000, p. 15).

Para qualquer tipo de empresa ser bem sucedida, não basta ter um alto faturamento, devem ser conhecidos os tipos de colaboradores e sócios que estão dentro da empresa. Em uma empresa familiar, conhecer um pouco da personalidade, de quem trabalha junto, aparenta ser simples, mas existem momentos em que os familiares têm desentendimentos, então é chegado o momento de separar a vida pessoal do trabalho, para que não sejam gerados atritos desnecessários.

Uma empresa familiar tem suas particularidades. Anteriormente foi citado um conceito do que seria uma empresa familiar, de forma mais genérica, mas existem fatores que devem ser apontados.

Caracteriza a empresa familiar pela observação dos seguintes aspectos: a) iniciada por um membro da família; b) membros da família participantes da propriedade e/ou da direção; c) valores institucionais se identificando com um sobrenome de família ou com a figura do fundador; d) sucessão ligada ao fator hereditário. Este conceito congrega três vertentes. A primeira é a propriedade, a segunda é a gestão e a terceira é a sucessão (LEONE *apud* MACCARI et al., 2006, p. 4).

As empresas familiares representam uma grande parcela no *ranking* de empresas. “O Brasil tem entre seis e oito milhões de empresas, sendo que 90% delas são familiares. Seja grande, média ou pequena, as companhias familiares têm um papel significativo no desenvolvimento econômico, social e até político de vários países” (APSA, 2010).

Observa-se que empresas familiares serem de grande importância no Brasil, são elas que movimentam a maior engrenagem do empreendedorismo, cada empresa familiar possui sua própria filosofia de trabalho. Conforme Lodi *apud* Maccari (2006), nas empresas brasileiras é habitual que os fundadores não possuam educação formal, entretanto possuem uma grande visão de futuro, ousando e correndo riscos para entrarem em mercados não alçados por receios que eram incutidos pela real situação financeira. O Quadro 1 indica esta realidade.

Variáveis	Perfil dos Membros da empresa familiar									
	Filho 1	Filho 2	Filho 3	Filho 4	Filho 5	Neto 1	Neta 2	Neta 3	Neto 4	Fundador
Idade	64	63	60	55	53	30	32	36	39	91
Escolaridade	Sup.	Sup.	Sup.	Sup.	Sup.	Sup.	Sup.	Sup.	Sup.	Básico
Formação	Eng.	Eng.	Adm.	Eco.	Eco.	Eco.	Adm.	Adm.	Adv.	-
Especialização						MBA	MBA	MBA	MBA	
Participação societária (%)	13,20	13,20	13,20	13,20	13,20	-	-	-	-	-
Geração	2 ^a	2 ^a	2 ^a	2 ^a	2 ^a	3 ^a	3 ^a	3 ^a	3 ^a	1 ^a
Sexo	M	M	M	M	M	M	F	F	M	M
Função na Empresa	MC	MC	MC	MC	MC	Dir. Exec.	Ger. Mkt	Dir. Com.	Dir. Geral	-
Experiência Profissional (anterior)	Não	Não	Não	Não	Não	Sim	Sim	Não	Sim	-

Legenda: (MC) Membro do Conselho; (1^a) Primeira Geração; (2^a) Geração, (3^a) Geração; (M) Masculino; (F) Feminino.

Quadro 1 - Perfil dos Membros da empresa familiar. Fonte: Maccari (2006).

O fato de o fundador não possuir um grau de escolaridade formal não serve de tropeço ou mau exemplo para as próximas gerações, pois o fundador insere a cultura que estudar é bom e trás consigo muitas facilidades. Outra questão apontada são as gerações e suas preparações, neste caso, a terceira geração é a mais bem preparada, teoricamente, e com maior índice de experiência profissional, o que facilita ao empreendedor ter uma visão mais abrangente como gerenciador.

2.4 Falência de empresas no Brasil

Uma preocupação, de todas as empresas, é manter a estabilidade financeira, não esperam falência, que é “[...] processo cujo inicio ocorre com o ajuizamento da petição inicial e com a vinculação das partes, credor e devedor, o que

constitui a relação jurídica processual, que resta caracterizada após a citação válida - art. 263 do CPC” (SARAMAGO, 2005).

Mas existe uma definição de empresa para a lei falencial, uma forma conceitual para decreto de falência.

Caracteriza-se, portanto, a figura da empresa, que se encontra dentro da esfera de incidência da lei falencial, como a organização destinada a uma determinada atividade econômica, realizada de forma habitual (profissional), que produz serviços e bens e sua circulação, seja ela comerciante nos moldes definidos pela doutrina comercialista do século XX, ou não. Importa relevar que, como restaram claro, os prestadores de serviços organizados em empresa poderão ser alcançados pela legislação falencial antes dela afastados, tais como: hospitais, clínicas, escolas que distribuem lucros aos seus sócios, construtora de imóveis, administradoras e corretoras de imóveis etc (SARAMAGO, 2005).

Um fato importante é que o Brasil ter tido significativo avanço em um quesito necessário à crescente economia brasileira: a redução do número de empresas que entram em falência. Segundo SERASA (2011) “O número de falências de empresas decretadas pela Justiça caiu 20,9% no primeiro semestre deste ano em comparação com o mesmo período do ano passado. De acordo com a consultoria Serasa Experian, o total de falências decretadas baixou de 397 para 314”. A Serasa é uma empresa privada que possui um dos maiores bancos de dados do mundo e dedica sua atividade à prestação de serviços de interesse geral. A instituição é reconhecida pelo Código de Defesa do Consumidor como uma entidade de caráter público Lei 8.078, artigo 43, parágrafo 4º. Neste estudo buscou-se caracterizar que o SERASA - Centralização de Serviços de Bancos S/A - pelos seus fins sociais, pelos serviços que vende, não encontra parâmetros de legalidade para suas atividades. Portanto, se tratada como empresa, “A SERASA”, se como Serviço que presta informações através de um banco de dados, “O SERASA”.

Percebe-se existirem muitos empresários, no Brasil, que buscam a permanência no mercado e são dotados de capacidade para esta finalidade, que é um dos fatores que alavanca a nossa economia. Mas existe outro dado preocupante, que deve ser levado em consideração, “[...] Segundo o levantamento, das empresas com falência decretada, 282 eram pequenas (89%), 20 eram médias (6%); e 12 eram grandes (4%)” (SERASA, 2011). É observada uma discrepância, onde as empresas de pequeno porte estão submetidas.

O fracasso de uma empresa tem início na primeira etapa do processo, ou seja, a geração da ideia. O que é fabulado como uma grande descoberta pode tornar-se uma péssima descoberta. Segundo Collins e Porras (1996, p.), “Começar uma empresa com uma “grande ideia” pode ser uma péssima ideia. Poucas empresas visionárias começaram com uma grande ideia, [...] algumas começaram com erros”.

[...] independente do conceito fundamental, as empresas visionárias na maioria das vezes tinham menos probabilidade de serem bem-

sucedidas do ponto de vista empresarial [...]. Como na parábola da lebre e da tartaruga, as empresas visionárias normalmente começam devagar, mas ganham a longa corrida (COLLINS; PORRA, 1996, p. 23).

Empresas visionárias não têm iniciação com grandes feitos, mas com atitudes tenazes. Empresas de sucesso não tem um retorno financeiro imediato, salvo exceções, quando o seu foco é especificamente a permanência no mercado e a sua tática principal é desenvolver seu exclusivamente seu planejamento estratégico, tendo como foco apenas a permanência no mercado.

Para a falência de uma empresa, existem muitos fatores a serem analisados. Para ter certeza de causa desta circunstância, um dos fatores é o entendimento do verdadeiro sucesso financeiro, ou momento de auge da carreira empresarial.

Certa história diz que um aluno de artes marciais chega ao *sensei* para receber a faixa preta, que é a última faixa a ser recebida, e ele aprende uma lição. Quando chega ao *sensei*, este lhe diz que, para receber a faixa, o aluno deve responder uma pergunta, mas cada vez que o aluno não passasse no teste, deveria voltar após um ano: - “Qual é o verdadeiro significado da faixa preta”, ao que aluno responde – “É uma recompensa merecida pelo bom trabalho”. O *sensei* não concordou com a resposta, então após um ano o *sensei* retorna ao aluno a mesma pergunta e, novamente a resposta do aluno não lhe satisfaz, e a única resposta que lhe trouxe satisfação foi a ideia contrária que o aluno tinha da faixa preta, pois pensava que era a última fase a ser passada nesta arte. A faixa preta representa o início de uma jornada sem fim de disciplina, trabalho, e a busca por um padrão cada vez mais alto, o aluno somente foi aprovado após esta resposta (COLLINS; PORRA, 1996, p. 286).

O ser humano tem dentro de si uma semente chamada orgulho, e quando é alcançado o almejado, torna-se uma pessoa perigosa se não estiver preparada para este momento. O fato de obter sucesso é muito excitante, mas manter o sucesso é muito árduo, e que é aprendido, infelizmente, em sua maioria, empiricamente, não basta ter momentos felizes ao extremo, se no âmbito geral, pode ser considerado fracasso. O mais importante feito realizado pelo empreendedor, que está em um momento espetacular em sua carreira de negócios, é a capacidade de raciocinar e tomar as ações cabíveis ao momento, como, por exemplo, investimentos que outorgam um sucesso futuro.

3. Métodos e Técnicas

O artigo é uma pesquisa aplicada, quanto a sua natureza, segundo Silva e Menezes (2001, p. 20) “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais”. A pesquisa, quanto aos objetivos, é uma pesquisa explicativa, “visa identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos [...] explica a razão [...] nas ciências sociais requer o uso do método observacional” (SILVA; MENEZES, 2001, p. 21). A pesquisa, quanto aos

procedimentos, é um estudo de caso que, segundo Gil *apud* Silva e Menezes (2001, p. 21) é “quando envolve o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos de maneira que se permita o seu amplo e detalhado conhecimento”.

A pesquisa foi realizada em Horizontina, Rio Grande do Sul, na empresa IBS Visual. Como fundamentação do estudo de caso da empresa, realizou-se inicialmente a aplicação de um questionário semi-estruturado, tendo em primeiro plano a absorção das formas de gerenciamento e tomada de decisões à qual o Sr. Isaias foi incumbido, para que sejam explícitas. O Sr. Isaias é casado com a Senhora Jurema da Silva, e são agraciados com três filhos, os quais tiveram participação na empresa, contudo dois tem participação de sócios da empresa, com tarefas de gerenciamento e projetos a suas responsabilidades.

Toda pesquisa, que vise à absorção de informação, tem como balizador a entrevista. “Entrevista é uma das mais comuns e poderosas maneiras que utilizamos para tentar compreender nossa condição humana” (HAGETTE *apud* BONI; QUARESMA, 2005, p. 5). Neste artigo a forma de entrevista utilizada foi a semi-estruturada. A escolha se justifica na citação seguinte.

As entrevistas semi-estruturadas combinam perguntas abertas e fechadas, onde o informante tem a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto. O pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, mas ele o faz em um contexto muito semelhante ao de uma conversa informal. O entrevistador deve ficar atento para dirigir, no momento que achar oportuno, a discussão para o assunto que o interessa fazendo perguntas adicionais para elucidar questões que não ficaram claras ou ajudar a recompor o contexto da entrevista, caso o informante tenha “fugido” ao tema ou tenha dificuldades com ele. Esse tipo de entrevista é muito utilizado quando se deseja delimitar o volume das informações, obtendo assim um direcionamento maior para o tema, intervindo a fim de que os objetivos sejam alcançados (BONI; QUARESMA, 2005, p. 5).

A entrevista foi realizada na própria empresa, em horário fora de expediente, o Sr. Isaias teve toda a liberdade de responder apenas o que lhe era pertinente.

4. Resultados e Discussões

4.1. Caracterização da empresa

A empresa IBS Visual, conhecida na sua área de atuação, pois oferece, aos clientes, um trabalho de qualidade e com foco nestes, buscando sua satisfação. Tem como missão: “Oferecer soluções de comunicação visual com qualidade e tecnologia, garantindo plenamente a satisfação do cliente, respeitando a sociedade e o meio-ambiente” (IBS, 2011).

A IBS trabalha com impressão digital, recorte eletrônico, impressão térmica e conta com um grupo de parceiros estratégicos, oportunizando soluções, à empresa, nos seguintes serviços: corte laser, estamperia, corte guilhotina,

dobra de chapas metálicas, emborrachamento de peças, pintura eletrostática e rotomoldagem de peças. A IBS visual atua no ramo de comunicação visual, trabalhando com painéis/*outdoors*, *displays*, envelopamento de veículos, fachadas, sinalização, adesivos, crachás, placas patrimônio (IBS, 2011).

Atualmente, a IBS é uma Sociedade Simples (SS) de pequeno porte, com um quadro de 18 funcionários ativos, entretanto são contratados aproximadamente 10 funcionários por obra. É importante citar que os funcionários por obra não são terceirizados, são temporários, vinculados ao Cadastro Específico do INSS (CEI) da obra. O Sr. Isaias Barbosa da Silva, Edson Dutra da Silva, Thiago Dutra da Silva, são os sócios, e Jonas Diogo da Silva é o gerenciador de recursos humanos e *marketing*. A gestão está estruturada em: área financeira, de recursos humanos, produção e comercial. Para cada área há um responsável. A IBS possui contratos com as empresas: Rede de Postos Ipiranga, John Deere, VIPAL e Brasil Foods (BRF), ressalte-se possuir contratos com outras empresas, mas foram apontadas as principais.

4.2. O caso de sucesso da IBS Visual

O Sr. Isaias Barbosa da Silva relata que repercute em sua carreira, hoje, foi um sonho de criança. O primeiro sonho surgiu de vocação, pois desde pequeno teve o dom para criação de desenhos, uma grande facilidade de se expressar através deles.

Quando o Sr. Isaias veio residir na cidade de Horizontina, escutou a propaganda do Instituto Internacional Brasileiro, instigando-lhe a fazer o curso de Desenho Artístico Publicitário, um curso por correspondência. É percebido que a sua vontade de lutar pelo sonho não era somente baseada em desejos, mas em atitude. O Sr. Isaias buscou qualificação no ramo em que ele tinha o sonho de estar inserido. Logo após ter feito o curso de Desenho Artístico Publicitário, o qual achou muito proveitoso e, conseqüente, resolveu aperfeiçoar uma técnica, optando pelo curso específico de letras e, ressalte-se que os desenhos eram feitos de forma manual, pois ele não dispunha de equipamentos e *softwares*.

O Sr. Isaias, antes de se tornar um empresário de sucesso, foi um excelente trabalhador, era colaborador na antiga SLC, trabalhava no departamento da solda, sua profissão era soldador. Trabalhava em dois horários, era um rodízio de horários semanais, ou seja, sua rotina de trabalho alterava a cada semana, lembrando que a carga horária era maior que as 40h semanais atuais. Quando o Sr. Isaias estava com os cursos já realizados, resolveu começar a utilizá-los além das folhas de rascunho, e começou a dar os primeiros passos como pintor, pintando painéis para propaganda de estabelecimentos e empresas.

O Sr. Isaias trabalhava em horário que se alternava semanalmente, tendo de conciliar os compromissos. Trabalhava nas horas de folga da empresa, um trabalho árduo, pois trabalhava de soldador e nas horas de folga como pintor. Segundo Ludwig (2011), um empreendedor é em primeiro lugar uma pessoa que gosta muito de trabalhar. É possível ser observado, no Sr. Isaias, algumas

atitudes empreendedoras, o fato de gerenciar o tempo, ser consciente do que estava fazendo e fazendo o melhor nos dois empregos.

O primeiro serviço remunerado na profissão autônoma foi na sorveteria Buricá, e é recordado, até hoje, pela logomarca que foi pintada na parede: um sorvete. Depois do primeiro serviço, devido a sua alta qualidade e estética, começou a surgir clientes. Com as boas informações dos serviços prestados pelo Sr. Isaias, a empresa SLC teve a iniciativa de solicitá-lo para fabricação e instalação de painéis.

Houve um momento em que não existia forma alguma de conciliar o serviço na SLC com o trabalho externo, entretanto o sonho do Sr. Isaias não era soldar, mas usar o desenho artístico para publicidade, uma forma de comunicação visual. Então, saiu da empresa e começou a sua nova carreira como autônomo.

Logo após o pedido de desligamento da empresa, abriu uma empresa de serigrafia, em um prédio alugado, e a registrou. Segundo o Sr. Isaias, essa empresa foi uma de suas decepções, embora lhe tivesse fornecido bons momentos, pois fazia camisetas para colégios e calendários, dando-lhe um bom retorno financeiro. Mas os contratados foram aquém do esperado, estavam trazendo prejuízo. O Sr. Isaias teve de dar baixa em sua empresa, atitude que tomou rapidamente, antes que perdesse o controle. Após esta eventualidade, registrou-se como trabalhador autônomo, continuando a exercer as suas atividades com pintura e painéis, contando com o apoio de diaristas, para lhe darem suporte, quando o serviço o exigisse.

No início do trabalho havia dois concorrentes, mas o Sr. Isaias fazia um trabalho sempre visando à qualidade. Devido à qualidade do serviço, motivou os concorrentes a tomarem uma iniciativa: a redução dos preços, preços inferiores aos do Sr. Isaias, gerando uma preocupação, pois não poderia baixar o preço. Apesar da queda das solicitações de serviço, aos poucos o Sr. Isaias foi retomando os clientes, pois o serviço dos concorrentes não supria a expectativa dos contratantes, então era incumbido a continuar uma atividade não concluída, inclusive consertá-las.

É importante citar uma história relatada pelo Sr. Isaias: Havia, na cidade, um empresário muito seguro nos orçamentos, e ocorreu um fato inusitado, um contratado exigiu pagamento adiantado, quando o recebeu, deixou o serviço a desejar e não mais deu retorno à obra, a obra ficou parada. Então o Sr. Isaias foi chamado, o empresário solicitou o serviço, logo após a contratação, o Sr. Isaias estava preparando o orçamento, quando percebeu que o empresário não havia solicitado, o que era uma grande surpresa. Após o serviço concluído, foi ao escritório para fazer o acerto, e o empresário solicitou o preço do serviço, e o Sr. Isaias cobrou muito bem, e o empresário pagou, e depois desse serviço, nunca mais solicitava orçamento para o Sr. Isaias, apenas contratava os serviços, e o Sr. Isaias cobrava justamente.

Um ponto interessante a comentar: o Sr. Isaias nunca voltava atrás quando dava um orçamento. A forma que encontrou, para aprender a orçar, foi empírica, e depois, com experiência garantida, fazia os orçamentos. Havia

alteração de orçamento se o cliente solicitasse o que diferia dos concorrentes, que cobravam pelas letras pintadas ou recortadas.

Para instigar os filhos a darem os primeiros passos no empreendedorismo, foi montada uma pequena fruteira em frente a sua residência. A fruteira foi lucrativa, e só foi dada baixa para que os filhos pudessem dar apoio na empresa de painéis, toldos e pintura de paredes.

Inicialmente, foi trabalhado com alvará de autorização de serviço do período de 1984 até 1995. Depois de 1995 voltou a registrar uma firma, devido à exigência das empresas que precisavam de nota fiscal para pagamento do serviço. Foi registrada, então, a IBS Visual – Isaias Barbosa da Silva.

A IBS Visual começou a ampliar os serviços, fazendo fachadas, toldos, painéis e outras atividades. Neste mesmo período, pela necessidade do aumento da gama de serviços, foi efetuada a aquisição de um computador e uma “Plotter” de recorte, pequeno. O primeiro investimento através de um financiamento foi quitado em um ano.

A demanda maior dos serviços da IBS era nas empresas e em feiras de exposição. Nas próprias feiras, era realizado *marketing* do serviço, pois as empresas que tinham os painéis fabricados pela IBS expostos atraíam novos clientes.

A IBS, em residência, manteve-se de 1995 até 2001. Após 2001 o Sr. Isaias percebeu a necessidade de um espaço mais amplo, então surgiu uma oportunidade, um prédio industrial, localizado na área industrial de Horizontina. O prédio foi alugado, porém o Sr. Isaias não realizava dívida alguma sem ter realizado os devidos cálculos. Segundo ele, o valor do aluguel era compatível com os rendimentos da empresa.

Em 2002 ingressaram, na IBS, dois sócios, com 22,5 % cada, e mantiveram-se ativos por dois anos. Mas deve ser observado que somente estavam para investir, não opinavam nos assuntos da empresa, não pelo motivo de ser decretado, mas por opção dos próprios associados. A opção de ter sociedade foi a possibilidade de aquisição de mais máquinas, ter um bom capital de giro e melhora de tecnologia da empresa. Em 2004, Edson Dutra da Silva, filho do Sr. Isaias, associou-se, mantendo o sócio proprietário, que era o Sr. Isaias Barbosa da Silva e o outro filho Thiago Dutra da Silva, que também ingressou na sociedade.

5. Conclusões

Como relatado neste artigo, todo ser humano possui sonhos, mas para que possam ser realizados deve existir uma forma de planejamento prévio. O exemplo do Sr. Isaias vem ao encontro do real desenvolvimento de uma pessoa que possui afinidades com o comportamento empreendedor, o que foi observado pelas boas atitudes.

O comportamento empreendedor é o resultado de muita força de vontade com uma iniciativa de aprimoramento das habilidades. Quem busca o

aprimoramento de suas habilidades tem maior probabilidade de sucesso. A IBS Visual apresenta, desde o início, atitudes de uma empresa de sucesso, pois o Sr. Isaias demonstrou, em suas atitudes, um comportamento adequado para um bom plano de negócio.

No caso da empresa pesquisada é importante ressaltar que o empreendedor de sucesso, na época, não desenvolveu um plano de negócio, formalmente, porém procurou estruturar suas ideias empreendedoras em um documento semelhante a um plano, porém bem simples. Convém evidenciar que, além desse documento desenvolvido, as atitudes empreendedoras do Sr. Isaias vieram a suprir a falta de um documento.

6. Referências

APSA. **Empresas Familiares são Fundamentais para Economia do País**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://www.apsa.com.br/noticias/sala-de-imprensa/releases/empresas-familiares-sao-fundamentais-para-economia-do-pais>> Acesso em: 19 ago. 2011.

BEZERRA, B. O. **A Profissionalização da Empresa Familiar**. 2000, p.15. Monografia (Bacharel em Ciências Econômicas) – Programa de Graduação em Ciências Econômicas, Universidade Federal da Paraíba, 2000.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. **Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais**, Santa Catarina, v.2, n.1, p. 68-80, jan./jul. 2005.

CAMILLOTI, L. **Procedimentos de Integração para o Desenvolvimento Local a partir dos Princípios do Empreendedorismo**. 2001, p.19. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia Mecânica, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

COLLINS, J. C.; PORRAS, J. I. **Feitas para durar: Práticas bem-sucedidas de empresas visionárias**; tradução de Silvia Schiros. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1995.

DORNELLAS, J. **Empreendedorismo**. 2003, slide. 2, 13 e 16. Disponível em: <<http://www.cp.utfpr.edu.br/empreendedor/downloads/dornelas.pdf>> Acesso em: 19 ago. 2011.

FIALHO, F. A. P. et al. **Empreendedorismo na Era do Conhecimento**. 1 ed. Florianópolis: Visual Books, 2007, p.36.

HISRICH; PETERS. Aulas ministradas na disciplina de **Gestão Empreendedora** na Fahor em 28 de Julho de 2011. (PPT).

IBGE, 2011 Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso em: 11 ago. 2011.

IBS Visual. Site da empresa **IBS Visual**. Disponível em: <<http://www.ibsvisual.com.br/home.htm>> Acesso em: 2 set. 2011.

KAY, J. **Fundamentos do Sucesso Empresarial**: como as estratégias de negócio agregam valor; tradução de Carlos A. C. de Moraes. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1996, p. 7.

LUDWIG, W. Apresentação Power Point. **Frases**, 2009, slide. 12 e 27. Disponível em: <<http://www.ludwig.com.br/eslides.php?n=7>> Acesso em: 12 ago. 2011

MACCARI, E. A. et al. **Empresa Familiar e as Dificuldades Enfrentadas pelos Membros da 3ª Geração**. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. In. Encontro da Anpad, 30, 2006, p.8 e 4.

SARAMAGO, M. **Falência, recuperação judicial e recuperação extrajudicial do empresário e da sociedade empresária, segundo a Lei nº 11.101, de 09.02.2005**. 2007, p.2 e 3. Disponível em: <<http://www.ejef.tjmg.jus.br/home/files/publicacoes/palestras/falencia.pdf>> Acesso em: 19 ago. 2011.

SCHUMPETER. Aulas ministradas na disciplina de **Gestão Empreendedora** na Fahor em 28 de Julho de 2011. (PPT).

SEBRAE. **Como Elaborar um Plano de Negócio**. 2009, p.1,8 e 9. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>> Acesso em: 19 ago. 2011.

SERASA. **Serasa diz que falência de empresas caiu 20,9% no primeiro semestre**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/07/06/serasa-diz-que-falencia-de-empresas-caiu-20-9-no-primeiro-semester>> Acesso em: 19 ago. 2011.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.