



GESTÃO EMPREENDEDORA: ESTUDO DE CASO DA REDE DE FARMÁCIAS DROGANORTE

Danilo Henrique Barbosa de Aquino, e-mail: danilo_colider@hotmail.com, Douglas Reis Claro, e-mail: douglasreisclarodrc@gmail.com, Marindia Feliciano dos Santos, e-mail: mayfe_@hotmail.com, Vitória Rodrigues dos Santos, e-mail: vitoriarodrigues89@outlook.com.

516

Resumo: O presente artigo aborda estratégias de crescimento da Rede Drogranorte situado no município de Colider-MT. Descrevendo características da gestão empreendedora desde sua fundação até o momento. Mostrando a importância do perfil e visão estratégica de um gestor para o crescimento de uma organização. O estudo de caso foi desenvolvido por meio de entrevistas on-line com o empreendedor e protagonista de nosso artigo, que foi desenvolvido em duas fases. Na primeira fase relata a história de vida empreendedora do gestor, na segunda fase descreve a trajetória de sucesso do mesmo responsável pelo crescimento da rede droga norte. Com uma visão diferenciada do mercado e sobre diversas situações cotidianas, obtivemos um artigo com o intuito de promover e ampliar mais as áreas de conhecimento sobre estratégias de gestão de sucesso em nossa região.

Palavras-Chave: empreendedorismo, gestão, crescimento econômico.

1. Introdução

O empreendedorismo cria novos postos de trabalho, novos negócios intensificam a produtividade e competição entre as empresas o foco desta transformação, encontra-se o empreendedor, indivíduo capaz de desenvolver os meios produtivos e proporcionar desenvolvimento econômico. Bernardi (2003) afirma que organizações com gestão empreendedora, tem elevado grau de competitividade e concentram suas estratégias e percepções direcionadas aos clientes e ao mercado onde atuam.

Alguns traços importantes em uma gestão é a característica empreendedora do gestor, o mesmo mantém um impulso para melhorar com algumas características pessoais como: iniciativa, comprometimento perseverança, demonstra coragem para enfrentar riscos calculados, tem uma ampla rede de contato, poder de persuasão, está sempre em busca de novas oportunidades fixando metas e objetivos a serem atingidos com qualidade e eficiência, sendo



possuidor dessas características pode transformar o ambiente que vive. (MCCLELLAND, 1972).

Schumpeter (1984) fala sobre o crescimento econômico e o papel do empreendedorismo para seu desenvolvimento por via processos de “acumulação criativa”. Por consequência, promove inovações, concepção de novos mercados, novos métodos de produção que tem capacidade de modificar os padrões de consumo atuais da economia.

O objetivo deste trabalho é descrever o perfil de empreendedor gestor, da rede e analisar o processo de crescimento econômico da Rede de Farmácia Droganorte. Situada no município de Colíder-MT. Uma visão empreendedora na gestão busca novas oportunidades de mercado tem um diferencial competitivo está sempre atenta a mudanças e inovações, fazendo com que uma empresa se torne referência no mercado.

517

2. Referencial Teórico

2.1 Visões empreendedoras

Para Barreto (1998, p. 190) “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. É o processo de desenvolvimento de uma organização observar e descrever seu crescimento. “O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (Dolabela, 2010, p. 25).

Segundo Schumpeter (1988, p. 48) “o empreendedor promove a inovação, sendo essa radical, pois destrói e substitui esquemas de produção vigentes. Baseado nessa premissa nasce o conceito de destruição criativa”. A visão empreendedora é essencial para o crescimento e desenvolvimento das organizações.

O empreendedorismo de oportunidade, é referente ao empreendedor visionário que cria uma empresa com planejamento prévio sabendo aonde pretende chegar, traça em suas metas o crescimento que busca para sua empresa e visa a geração de lucros, empregos e crescimento econômico. (DORNELAS, 2005, p.28).

Para Chiavenato (2004) espírito empreendedor é a engrenagem necessária para a energia da economia, busca e alavanca de recursos, o impulsiona talentos, a identifica oportunidade, viabiliza a dinâmica de ideias. E ainda consegue farejar identificar e aproveitar oportunidades antes que outros a vejam.

2.2 Gestão estratégica



De acordo com Mintzberg *et al.* (2006), quando uma empresa define e expõe seus objetivos, metas com políticas voltadas para o plano Estratégico que pretende atingir é um modelo de decisão de gestão estratégica corporativa, qual define o plano de negócios que a empresa irá adotar. É considerado um modelo eficaz.

A “Gestão Estratégia se refere à maneira como as organizações usam graus de liberdade para manobrar entre seus ambientes” (MINZTBERG *et al.* 2006, p. 41). “Para todo gerente, o processo de elaboração de estratégia começa com uma escolha estratégica fundamental: a descrição teórica da atividade e do ambiente humanos que se encaixam melhor com a própria visão do mundo” (WHITTINGTON, 2006).

Segundo Porter (2009), estratégia nas atividades de uma empresa para alcançar o sucesso depende do desenvolvimento positivo das atividades e integração entre as mesmas, ambas devem ser desenvolvidas juntas para que haja uma estratégia diferenciada. “Uma empresa só é capaz de superar em desempenho os concorrentes se conseguir estabelecer uma diferença preservável” (PORTER, 2009, p. 38). A formulação de estratégias e o posicionamento diferenciado da empresa perante seus concorrentes, garante seu diferencial competitivo.

2.3 Crescimento econômico

Schumpeter (1985) tinha uma visão economicista do fenômeno do empreendedorismo ressaltar a importância dos empreendedores nos processos de inovação do Mercado sendo essenciais para o desenvolvimento econômico com a criação de novos produtos serviços e mercado. Para o autor o empreendedor é a fonte de inovação, fazendo o diferencial com os recursos produtivos já existentes.

Segundo Alves e Pessoa (2019) “A abordagem schumpeteriana tem como foco básico a gênese do capitalismo e os seus conceitos sobre o papel e a importância do empreendedor e da inovação, como fator de desenvolvimento da economia”. Cabe ao empreendedor a função de realizar inovações que vão alavancar o sistema capitalista. Vale aqui ressaltar que, para Schumpeter, o crescimento como acumulação de capital não é desenvolvimento, este só ocorre quando existe inovação.

Filion (1999) atribui a Schumpeter a associação do empreendedorismo à inovação, afirmando que “foi Schumpeter quem realmente lançou o campo do empreendedorismo, associando-o claramente com a inovação”. O outro também ressalta em seu estudo a importância do empreendedor no crescimento econômico.



Mudanças no hábito dos consumidores para o homem de negócios se trata de uma questão de mudanças de dados, o que o mesmo vê como uma oportunidade de adaptações. Portanto não vê como problemas, mas sim como uma mudança de dados naturais que requer um tratamento diferenciado devido à necessidade dos consumidores admitindo que seus gostos são “dados”. (SCHUMPETER, 1985, p. 48).

Drucker (1998, p. 45) afirma que “Schumpeter postulava que o desequilíbrio dinâmico provocado pelo empreendedor inovador, em vez de equilíbrio e otimização, é a ‘norma’ de uma economia sadia e a realidade central para a teoria econômica e a prática econômica”. O autor solidifica a importância de uma economia otimizada pelo empreendedorismo inovador.

3. Procedimento metodológico

Trata-se de um estudo de caso com pesquisa de abordagem qualitativa como objetivo de explicar e descrever dados coletados a partir de eventos reais. Segundo Triviños (1987, p. 133, grifo do autor), o Estudo de Caso "é uma categoria de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente". Para tanto, é "necessário que o pesquisador entre em contato direto com o ambiente no qual o fenômeno está inserido" (MARTINS e THEÓPHILO, 2007, p.136). Como estratégia de pesquisa, teve o estudo de caso, caracterizado por ser uma investigação empírica que estuda fenômenos dentro de seu ambiente e permite interpretar, analisar e descrever, dentro do contexto real a complexidade de um caso concreto (MARTINS e THEÓPHILO, 2007).

A abordagem adotada no desenvolvimento da pesquisa é qualitativa, Segundo Minayo (1995), a pesquisa qualitativa envolve questões particulares da história de vida do entrevistado descrita pelo entrevistador, ela se preocupa com um nível de realidade crenças e valores, atitudes e aspirações que correspondem ao espaço mais profundo da relação dos fenômenos e processos estudados.

A pesquisa foi realizada no primeiro semestre de 2019. O empresário foi entrevistado pessoalmente e através de reuniões on-line. Fim de realizar um estudo com mais coerência foi elaborado uma sequência de entrevistas com perguntas abertas e fechadas direcionadas as palavras-chaves. Na 1ª entrevista abordamos perguntas direcionadas a história de vida empreendedora, 2ª entrevista foi focada nas estratégias de gestão empreendedora. Já a 3ª entrevista foi realizada só com os integrantes do grupo para agrupar informações e relatá-las no estudo de caso.

4. ESTUDOS DE CASO DA REDE DROGA NORTE

4.1 História de um empreendedor



Entrevistando o sócio administrador da rede de farmácias Droganorte, Dyhones da Rocha Oliveira, obtivemos informações detalhadas sobre sua jornada como empreendedor, sendo relatada toda sua trajetória para entrar no ramo farmacêutico e todos os processos de expansão da rede de drogarias Droganorte. Dyhones começou nos contando que sua infância foi um pouco difícil, seus pais vieram do estado do Paraná para o Mato Grosso no intuito de trabalhar na extração de ouro em um garimpo da região norte do estado. Após uma grande desvalorização do ouro provocada pelo governo, seus pais tiveram que mudar para uma área urbana como forma de sobrevivência. Observando as dificuldades que sua família passava, Dyhones começou a ter seus primeiros pensamentos empreendedores. Começou a planejar vender “geladinhos” pela cidade, fez diversos cálculos sobre o quanto lucraria e a quantidade de “geladinhos” que precisaria vender para ter certa renda.

Aos onze anos de idade decidiu que precisava começar a trabalhar. Seu primeiro emprego foi em uma autopeça, onde seu salário não passava de alguns trocados. Após seis meses em seu primeiro emprego ele sentiu a necessidade de ganhar mais. Começou a trabalhar em uma empresa de fotografias, onde seu cargo era de vendedor. Trabalho esse que necessitava de um grande esforço e capacidade persuasiva, pois seu salário era comissionado as vendas.

Após um ano na empresa, Dyhones descontente com seu trabalho pediu demissão, mas devido a sua competência, logo recebeu uma proposta para trabalhar em uma farmácia, que foi aceita de imediato por ele. Nos seus primeiros anos de trabalho no estabelecimento ele tinha funções gerais, limpava a farmácia, fazia cobranças, entregas e nas horas vagas atendia os clientes.

Segundo Dyhones, a fiscalização na época era rotineira, principalmente no ramo farmacêutico. Em uma dessas fiscalizações aconteceu um fato de grande significado em sua vida. Ao receber a visita de uma farmacêutica que trabalhava como fiscal, vendo seu trabalho começou a admirar profundamente a profissão e perguntou a fiscal o que ele precisaria fazer para ser igual a ela. A fiscal o olhou de cima abaixo e falou que dificilmente ele conseguiria. Essa fala o machucou profundamente, mas ao invés de desistir do sonho ele usou como motivação para alcançar o objetivo.

Devido seu alto desempenho profissional, logo a dona da farmácia o promoveu a balconista, fazendo com que conseguisse adquirir experiências diversas. Dyhones relata que aprendeu a aplicar injeção em uma senhora com deficiência visual, que ao receber a aplicação o elogiou seu trabalho. Após esse fato fez mais de seiscentas aplicações em um senhor que sofria de leishmaniose, experiências que contribuíram muito para seu desenvolvimento profissional.



Alguns anos depois a farmácia foi vendida e os novos proprietários tinham uma forma rude de tratar os funcionários, motivando a saída de Dyhones de seu primeiro emprego no ramo farmacêutico. Após deixar a farmácia, começou a trabalhar como pintor, fazendo diversos tipos de pinturas, das mais simples até pinturas artísticas.

Então o farmacêutico Marcio de Almeida, que estava planejando abrir uma drogaria na cidade de Nova Canaã, soube que Dyhones já havia trabalhado no ramo, e ofereceu uma proposta de emprego a ele, que foi aceita. Então pintou a farmácia, ajudou a montar as estruturas e a guardar os medicamentos, se tornando o primeiro funcionário de carteira assinada da drogaria que passou a se chamar Droganorte.

No ano de 2001, a primeira loja que seria a então rede de drogarias Droganorte foi inaugurada, mas anos depois devido ao seu perfil profissional, Dyhones recebeu uma proposta para exercer um cargo na prefeitura local. Ao comunicar seu sócio recebeu uma contraproposta que o faria sócio da drogaria que trabalhava. Aceitou a proposta de sociedade, e como forma de investimento na empresa, introduziu como capital social seus direitos trabalhistas de quatro anos de serviço na empresa, a pintura feita na inauguração da farmácia e mais alguns acordos feitos no ato da negociação.

Em 2004, se tornou sócio da farmácia, os negócios continuaram crescendo e três anos após o início da sociedade (2007), adquiriram a primeira filial, localizada na Cidade de Nova Canaã do Norte que por coincidência era a mesma em que trabalhou como balconista pela primeira vez. Com a aquisição da nova drogaria Dyhones já era sócio de duas farmácias, mas ainda não era formado em sua área de atuação.

No ano seguinte (2008), começou o curso de farmácia em Colíder e com sua visão empreendedora identificou que a cidade tinha um mercado com grande potencial de crescimento no ramo farmacêutico, abrindo então a terceira filial. Durante seu tempo no curso, seu desejo pelo sucesso e expansão de seu negócio foi aumentando.

Em 2012, quando se formou na faculdade, conversou com seu sócio a respeito dos planos que tinha em mente, apresentou ao seu sócio seu projeto de evolução no qual gostaria de expandir o grupo de farmácia tendo como meta seis lojas. O sócio o apoiou totalmente, mas ressaltou que já estava vivendo da maneira que gostaria e tinha como prioridade sua qualidade de vida. Concordaram então que Dyhones seria o responsável por administrar as novas lojas e que seu sócio ficaria responsável pelas duas lojas de Nova Canaã, acordo que permanece de forma harmoniosa. Após concluir a faculdade, deu início a sua nova ideia ousada e promissora.

4.2 História expansão da rede droga norte



Antes de continuar a expansão da rede de drogarias, Dyhones optou por investir em um laboratório de análises clínicas em Colíder, mas não teve o retorno esperado então o vendeu por uma quantia satisfatória, recuperando o valor investido e mais uma porcentagem sobre o mesmo. Abriu então a quarta loja do grupo, localizada também na cidade de Colíder. Escolheu um ponto estratégico, em frente ao Hospital Regional da cidade, decisão totalmente assertiva que resultou em um ótimo investimento mantido até hoje.

O grupo de drogarias contava com quatro lojas em funcionamento, então resolveu adquirir uma nova loja em Sinop. Após melhorias na loja, Dyhones a administrou por cerca de um ano, quando então a considerou inviável para a época devido à dificuldade com a logística, resolvendo vendê-la e continuar investindo na região de Colíder. Ouvindo comentários sobre a cidade de Nova Guarita, passou a estudar a cidade vendo possibilidade de investimento. Abriu então uma pequena farmácia reutilizando estruturas que tinham sido inutilizadas na farmácia de Sinop.

Por volta de 2013 o concorrente “Farmácia do Trabalhador” começou a atuar na região. Num ato estratégico e com intuito de bloquear o concorrente para não chegar a Colíder, Dyhones investiu abrindo uma nova farmácia, nomeando de “Farmácia do Trabalhador de Colíder”. Com sua visão de marketing estratégico, antes da inauguração foram espalhados pela cidade vários panfletos que dizia: “Óvnis foram avistados no céu da cidade”. E posteriormente comercial na televisão local que informava sobre a inauguração da nova farmácia usando a frase de efeito “os preços são tão baixos que até seres de outros planetas vem comprar aqui”. Aproveitando essa deixa, colocou um pequeno “disco voador” em cima da farmácia, o que a tornou conhecida como “Farmácia do Disco Voador”. Neste momento Dyhones havia atingido sua meta de seis lojas. Percebeu então um problema, a rede de farmácias havia se tornado grande e pequena ao mesmo tempo. Grande para administrar sozinho e pequena para contratar uma equipe. Com isso uma nova meta foi estabelecida, agora a quantidade desejada seria dez.

A farmácia de Guarita estava atraindo clientes de sua cidade vizinha, Terra Nova do Norte, fato que chamou atenção pois poderia se tratar de uma nova oportunidade. Ao estudar a cidade notou que as farmácias do local eram muito tradicionais e trabalhavam com uma política de precificação antiga. Utilizou então dessa informação para abrir em Terra Nova do Norte a sétima loja da rede com uma política de precificação totalmente inovadora para cidade, resultando em um ótimo investimento.

Por volta de 2015, surgiu uma nova oportunidade em Alta Floresta. Após a aquisição ficou dois anos sendo administrada por Dyhones e então, assim como em Sinop, devido a dificuldade na logística, foi vendida. Em busca de novos investimentos, certo domingo,



Dyhones decidiu ir até União do Norte, distrito da cidade de Peixoto de Azevedo. Após analisar todo distrito, encontrou um ponto que estava vazio no qual se agradou muito, identificou o proprietário do imóvel e o alugou imediatamente. Após seis meses foi inaugurada no local a oitava loja ativa da Rede Droganorte.

Durante as viagens para visitar as lojas de Terra Nova, Guarita e União do Norte, o empreendedor notou uma cidade que se encontrava a caminho delas, Nova Santa Helena. Como já era rota e a cidade tinha porte para uma nova farmácia, inaugurou então sua nona filial resultando em mais um êxito para a rede de drogarias.

Em Colíder havia uma farmácia concorrente com o nome “Biofarma”. Ao surgir uma oportunidade de negociação da farmácia concorrente Dyhones não hesitou, pois, o empreendimento se localizava em um ótimo ponto da cidade e era conhecido pelos habitantes de Colíder. Ao terminar a negociação, a Drogaria Biofarma passou a ser a décima farmácia do grupo. Essa aquisição era muito significativa pois mais uma meta havia sido atingida e o novo estabelecimento mantinha a décima farmácia da Rede Droganorte.

Outra cidade também localizada no trajeto do distrito União do Norte, foi Matupá. Assim como em União do Norte ao observar a cidade, gostou muito de um ponto comercial que se encontrava vazio, alugou e o manteve durante dois anos sem mexer no prédio, até a abertura da décima primeira loja, uma das maiores da rede, tanto em tamanho quanto em faturamento.

Uma nova possibilidade de empreendimento surgiu com seu diferencial competitivo. Abriu então a MD Express, um atacarejo de produtos farmacêuticos para participar de pregões e licitações públicas. Para pagar as despesas operacionais da empresa, abriu então uma nova loja em um local estratégico, que não visa diretamente o lucro, pois o mesmo é derivado das aquisições públicas, mas sim uma estratégia comercial frente ao seu concorrente e automaticamente o pagamento das despesas operacionais. A MD Express é considerada a décima segunda loja da rede.

No ano de 2019, a décima terceira loja foi inaugurada no centro de Colíder. Foi nomeada por “Farmashop”, pois conta com um projeto que agregará ao estabelecimento outros ramos de atividades em anexo. Segundo Dyhones, a loja foi criada com o objetivo de “combate”, localizada em um local estratégico ao lado de seu principal concorrente. O mesmo “defende que ser concorrente não significa ser inimigo e que há possibilidade de subsistência saudável entre os concorrentes”. O “combate” citado se trata de algo estritamente comercial provocado por estratégias de mercado, que infelizmente muitos acabam levando forma pessoal. A próxima loja foi inaugurada em Itaúba, a qual se tornou a décima quarta loja da rede.



Em Colíder, um de seus concorrentes que possuía duas lojas na cidade estava com pretensão de sair do mercado farmacêutico e as colocou à venda. Dyhones relatou que não tinha o objetivo de comprá-las, mas as adquiriu através de uma jogada estratégica diferenciada e defensiva, para que outro investidor não tomasse a mesma decisão que ele e tivesse o potencial para fazer delas uma concorrente forte. Logo após a aquisição ele fechou uma das farmácias adquiridas, pois se localizava em frente a “Farmácia do Trabalhador de Colíder”, citada anteriormente. A outra loja se localizava em um ótimo local, sendo esquina com duas das principais avenidas da cidade. Embora tivesse um ótimo ponto o estabelecimento era pequeno, por coincidência ou não, a lado havia uma papelaria no qual estava à beira da falência, em mais um ato visionário a comprou também e realizou reforma de ambos os espaços no qual proporcionou faturamento dobrado após o término se tornando a décima quinta loja da rede.

No segundo semestre de 2019, através de uma análise de mercado foi identificado a oportunidade de um novo investimento na cidade de Terra Nova do Norte, então a décima sexta loja da rede foi inaugurada na cidade. Durante a entrevista o gestor relata em 2020, que a aquisição da décima sétima loja, localizada em Colíder, foi totalmente estratégica, mas não detalhou os objetivos almejados, pois isso poderia atrapalhar de alguma forma seus planos, afinal a estratégia empregada ainda está em andamento. Revelou apenas que caso ocorra da maneira esperada tal estratégia poderá ser considerada uma “jogada de mestre”.

A décima oitava loja da rede foi inaugurada no ano de 2020, na cidade de Itaúba, onde já contava com uma filial. Então identificou que em uma parte mais afastada do centro da cidade havia uma região carente financeiramente. Adquiriu então um CNPJ cadastrado no programa Farmácia Popular do Governo Federal e implantou a nova loja na região. Atualmente a meta estabelecida por Dyhones é de 20 lojas, objetivo não muito distante, mas que após ser atingido novamente será aumentado.

5. Conclusão

Ao ser questionado sobre as principais dificuldades enfrentadas durante a expansão da Rede Droganorte, Dyhones diz que quando o crescimento de um empreendimento ocorre sem um planejamento detalhado desde o início, resulta em muitos gastos e dificuldades que possivelmente não seria necessário caso tivesse um plano estabelecido. Relatou que aprendeu muitas coisas da maneira mais difícil, precisando errar diversas vezes para ter sucesso no empreendimento. É perceptível a necessidade do empreendedor em entender o mercado em que atua, pois mesmo em cidades com um baixo número de habitantes é possível ter um bom



faturamento e conseqüentemente lucro satisfatório nas operações. Dyhones considera o aprendizado constante como uma das principais habilidades de um bom empreendedor e diz que o primeiro passo é acreditar na própria ideia, para então influenciar outras pessoas a “comprarem” a sua ideia.

6. REFERÊNCIAS

ALVES, O.F; PESSOA, E.C. A visão Schumpeteriana do empreendedorismo em ênfase nos riscos e incertezas: Uma abordagem dialética do conhecimento. *Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis*, v. 4, n.1, jan-abr, 2019.

BARRETO, L. P. Educação para o empreendedorismo. *Educação Brasileira*, 20(41), p. 189-197.1998.

BERNARDI, L. A. Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva. 2004.

DOLABELA, F. O segredo de Luisa. São Paulo: De Cultura, 2006.

_____. (2010). A corda e o sonho. *Revista HSM Management*, 80, p. 128-132.

DORNELAS, A.J.C. Transformando ideias em negócios. 2ªed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

Drucker, P. F. Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios. São Paulo: Pioneira. 1998.

FILION, L. J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. *Revista de Administração de Empresas*, 39(4), pp. 6-20. 1999.

MARTINS, G.A.; THEÓPHILO, C.R. Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas. São Paulo: Atlas, 2007.

MINTZBERG, Henry *et al.* O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados. 4ªed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MINAYO, M. C. S. (Org.). Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade. Petrópolis: Vozes, 1995.

MCMLLELLAND, D. C. A sociedade competitiva. Realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

PORTER, Michael. Competição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

SCHUMPETER, J. A. A teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo, Nova Cultura. 1988.

SCHUMPETER, J. A. A Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital e crédito, juros e ciclo econômico. 2ª ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SCHUMPETER, J. A. Capitalismo, socialismo e democracia (S. G. de Paula, Trad.). Rio de Janeiro, Zahar. (Obra original publicada em 1942). 1984.

TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação. São Paulo, SP: Atlas, 1987.

WHITTINGTON, R. Completing the practice turn in strategy research. *Organization Studies*, London, UK, v.27, n.5, Mai, 2006.

ISBN nº 978-65-993495-0-8