

CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

LUANKELVIN ALVES BRAGA DOS SANTOS

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO PARA IMPLANTAÇÃO DE UM LOCAL DE  
LAZER E ENTRETENIMENTO NA CIDADE DE EXU - PE**

Juazeiro do Norte-CE  
2020

LUANKELVIN ALVES BRAGA DOS SANTOS

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO PARA IMPLANTAÇÃO DE UM LOCAL DE  
LAZER E ENTRETENIMENTO NA CIDADE DE EXU - PE**

Trabalho de Conclusão de Curso –  
*Artigo Científico*, apresentado à  
Coordenação do Curso de Graduação em  
Administração do Centro Universitário  
Doutor Leão Sampaio, em cumprimento  
às exigências para a obtenção do grau de  
Bacharel.

**Orientador:** Prof.Me. Manoel Leal  
Costa Netto

Juazeiro do Norte-CE  
2020

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO PARA IMPLANTAÇÃO DE UM LOCAL DE  
LAZER E ENTRETENIMENTO NA CIDADE DE EXU - PE**

Este exemplar corresponde à redação final aprovada  
do Trabalho de Conclusão de Curso de  
LUANKELVIN ALVES BRAGA DOS SANTOS.

Data da Apresentação \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

Assinatura: \_\_\_\_\_

Orientador: Me. Manoel Leal Costa Netto

Assinatura: \_\_\_\_\_

Membro: (TITULAÇÃO E NOME COMPLETO/ SIGLA DA INSTITUIÇÃO)

Assinatura: \_\_\_\_\_

Membro: (TITULAÇÃO E NOME COMPLETO/ SIGLA DA INSTITUIÇÃO)

Juazeiro do Norte-CE

2020

# ANÁLISE DA PERCEPÇÃO PARA IMPLANTAÇÃO DE UM LOCAL DE LAZER E ENTRETENIMENTO NA CIDADE DE EXU - PE

Luankelvin Alves Braga dos Santos<sup>1</sup>

Manoel Leal Costa Netto<sup>2</sup>

## RESUMO

Atualmente em um cenário de desenvolvimento, o crescimento no ramo de lazer e entretenimento, onde os usuários de tais serviços procuram um diferencial que atribua valor aos serviços ofertados e não somente que atendam às necessidades básicas, proporcionando assim um ambiente aconchegante, acessível, atendimento de qualidade e boa localização. O presente trabalho tem por objetivo analisar a percepção dos moradores sobre a implantação de um empreendimento voltado para o entretenimento, lazer e esporte na cidade de Exu-Pe, de modo que, a metodologia utilizada foi de natureza básica, de cunho exploratório com uma abordagem quantitativa, onde foram aplicados 380 questionários impressos, com 08 questões objetivas para a coleta de dados, na cidade de Exu-PE em praças públicas para mensuração das opiniões em relação a situação proposta, obtendo uma análise por meio do excel para melhor visualização e organização das informações, de maneira que foi constatado que é louvável empreender na região, buscando disponibilizar um novo ambiente com serviços inovadores capazes de satisfazerem os diversos públicos no ramo do lazer e entretenimento.

**Palavras Chave:**Empreendedorismo. Estratégia. Lazer.

## ABSTRACT

Currently in a development scenario, growth in the leisure and entertainment industry, where users of such services seek a differential that attributes value to the services offered and not only that they meet basic needs, thus providing a cozy, accessible environment, customer service. quality and good location. The present work aims to analyze the residents' perception about the implementation of an enterprise focused on entertainment, leisure and sport in the city of Exu-Pe, so that the methodology used was of a basic nature, of an exploratory nature with an approach quantitative, where 380 printed questionnaires were applied, with 08 objective questions for data collection, in the city of Exu-PE in public squares to measure opinions in relation to the proposed situation, obtaining an analysis through excel for better visualization and organization information, so it was found that it is praiseworthy to undertake in the region, seeking to provide a new environment with innovative services capable of satisfying the diverse audiences in the field of leisure and entertainment.

**Keywords:**Entrepreneurship. Strategy. Recreation.

## **1 INTRODUÇÃO**

Atualmente em um cenário de desenvolvimento, o crescimento no ramo de lazer e entretenimento, onde os usuários de tais serviços procuram um diferencial que atribua valor aos serviços ofertados e não somente que atendam às necessidades básicas, proporcionando assim um ambiente aconchegante, acessível, atendimento de qualidade e boa localização.

Dentro de um cenário onde 70% dos trabalhadores brasileiros sofrem de estresse, o maior gatilho para a síndrome da vida moderna e na sociedade atual, marcada por um frenesi da vida cotidiana em geral, a pesquisa visa uma área de lazer como um lugar ideal para agregar diversão, conforto e descanso, sendo que o cliente, ao buscar o recinto, desfrute de todas as comodidades muitas vezes difíceis de ser encontrada e vivenciada na sua própria casa.

Na oportunidade de investir em um espaço de lazer entretenimento na cidade de Exu-Pe, faz-se necessário que os indivíduos reaprendam a utilizar as horas livres, reservando momentos para a realização de atividades capazes de proporcionar prazer, vivenciar emoções características das experiências inéditas e significativas, tornando o lazer uma importante válvula de escape no cotidiano.

Através dessa percepção torna-se indispensável ofertar além das expectativas dos clientes/consumidores, o que não é tarefa fácil diante do cenário atual com vastas limitações empresariais. No entanto, para o empreendedor a partir dessas dificuldades é fundamental que enxergue as oportunidades e consiga destaque no mercado.

Com isso, Porter (1992), traz a competitividade empresarial associada ao posicionamento de uma organização em escolher e praticar uma estratégia imprecisa com finalidade em adquirir e sustentar vantagem competitiva, oportunizando seu ambiente. Portanto, entende-se que para transformar um negócio factível dentro de um mercado em recorrente mutação é indispensável que exista uma estratégia e um planejamento diretamente ligado aos objetivos da empresa.

No cenário vigente, as pessoas buscam lugares que possibilitem conforto, qualidade nos serviços, preço e eficiência em suas instalações.

É notável que na cidade de Exu-Pe, existem poucas opções de lazer e ainda não ofertam características satisfatórias.

Desse modo, em virtude das necessidades surge a indagação: É viável a implantação de um Empreendimento que oferte lazer e entretenimento?

Analisar a percepção dos moradores sobre a implantação de um empreendimento voltado para o entretenimento, lazer e esporte na cidade de Exu-Pe. Através de tal análise torna-se possível realizar um levantamento da possível demanda na região, obter uma compreensão por meio de questionários sobre os anseios dos moradores locais e verificar possíveis ofertas no mercado local.

A pesquisa possui relevância no âmbito pessoal, sendo importante para estudantes e pesquisadores, no que diz respeito à criação e abertura de um novo empreendimento no ramo de lazer e entretenimento. Sucedendo êxito na presente pesquisa, a próxima etapa será criar um plano de negócio e realizar a abertura do local em estudo.

Para a sociedade, o estudo torna-se relevante, pois através desse novo projeto de negócio, trará um crescimento financeiro no mercado local com fornecedores e colaboradores diretos e indiretos, possibilitando ainda uma ampliação na disposição de oferta no mercado com qualidade elevada nos serviços.

Ao que diz respeito ao aspecto acadêmico intenciona-se fomentar a pesquisa no ramo de lazer e entretenimento, provocando uma abrangência no conhecimento, através do embasamento teórico proveniente das novas perspectivas do mercado atuante, considerando a falta de acervo acadêmico à disposição, em especial na região de Exu-Pe.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 EMPREENDEDORISMO**

Com o passar dos tempos, o empreendedor ganha novas atribuições em suas atividades, tornando-se de maior complexidade. Tal surgimento deu-se desde a idade média, onde os indivíduos administravam ou participavam de grandes instalações e projetos feudais produtivos chamando-os de empreendedor, porém utilizavam-se dos patrimônios que o governo de cada país disponibilizava (DORNELAS, 2016).

Através da autonomia em administrar as obras de arquitetura complexas tais como castelos, abadias, prédios públicos e catedrais. Em meados do século XVII surgiu uma nova característica agregada ao empreendedor, o risco. Por meio dessa nova característica o empreendedor passou a assumir um contrato junto ao governo, para entrega de um produto e ou serviço. A remuneração do contrato era fixa e a

responsabilidade independente do resultado, atribuída a figura do empreendedor (DORNELAS, 2016).

Segundo Histch et al. (2014), o empreendedorismo tem papel fundamental na criação e desenvolvimento dos negócios, sua criação advém não apenas de algo que ainda não existe, podendo ser criado de alguma tecnologia e ou produto que já existe utilizado num seguimento, podendo ser recriado ou adaptado em outro local. É encontrando oportunidades de lucratividade para um indivíduo empreendedor que gera a ação empreendedora.

Porém Dornelas (2003) ver o empreendedorismo com fazer algo novo, diferente, capaz de mudar uma situação para melhor, sem medir esforços e fazer diferente do que todos fazem, oportunizando novos negócios focados na inovação e geração de valor nos produtos e ou serviços, utilizando-se da criatividade para ganhar destaque entre os concorrentes e no gerenciamento do conhecimento visando solucionar problemas antes de seu surgimento.

Através dessa percepção Tajra (2014), entende que na atual sociedade os empreendedores buscam e necessitam obter vantagens e destaques com intuito de gerar ganhos e realizações perante a sociedade da qual fazem parte. Por meio do quadro 1 é possível a compreensão de 10 características empreendedoras que oportunizam e favorecem estabelecer uma identificação do perfil empreendedor, mostrando sua descrição e estimulando devido destaque em suas atribuições.

**Quadro 1 - Características dos empreendedores**

<b>Característica</b>	<b>Descrição</b>
Iniciativa	Executar as atividades por desejo próprio, sem que precise de uma solicitação.
Persistência	Não desistir mesmo que haja vários obstáculos durante o percurso.
Comprometimento	Tornar-se parte com entusiasmo e vontade em busca de garantir os melhores resultados.
Persuasão	Vender uma boa ideia e conseguir sucesso numa negociação por meio do convencimento.
Bons Relacionamentos	Ampliar a rede de contatos com intuito de novas ofertas de oportunidades em negociações e na credibilidade no mercado.
Autoconfiança	Acreditar em si mesmo na busca do sucesso, com convicção que você pode fazer seus negócios darem certo.
Automotivação	Ligação direta entre iniciativa e autoconfiança, viabilizando firmeza mesmo em momentos difíceis.
Criatividade	Competência inovadora, criação de oportunidades, enxergar

	saídas eficientes para os desafios e gerar ideias de sucesso.
Estar preparado	Manter-se atualizado sobre o momento vivido nas diversas situações.
Otimismo	Possuir uma óptica positiva diante das circunstâncias e acontecimentos na busca de oportunidades.

**Fonte:** Elaborado pelo autor com base em Tajra (2014).

Desse modo com tais características apresentadas, Salim et al. (2004), afirma que alguns jovens recém-formados escolhem seguir a trajetória de empreendedorismo, essa trajetória também se aplica aos profissionais de sucesso. A medida que se toma a decisão de criar seu próprio negócio, é indispensável agarrar a oportunidade encontrada, porém faz-se necessário a elaboração de um plano de negócio, passando a funcionar como um fatídico “plano de vôo” de uma empresa que se inicia. O principal desafio do empreendedor é a implementação do plano, dentro da realidade do negócio.

## 2.2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Ainda que o tema estratégia emergiu recentemente na administração, Sun Tzu já trazia um significado aos indivíduos há cerca de 2.500 anos, esse conceituado filósofo que se tornou general, escreveu um do mais importante e reconhecido livro da história chamado de “A arte da Guerra” desse modo diversos conceitos na área dos negócios são de abordagem militar (ANDRADE, 2016).

Ainda sobre, Andrade (2016) traz a palavra estratégia originária de *strategos*, formada por *stratos*, que significa exército, e – *ag*, que significa dirigir”. A intensidade nos estudos começou no ano de 1960, por meio de estudiosos do ramo empresarial que colocaram como pauta de estudo visando as melhores tomadas de decisões, compreendendo as ações envolvidas da empresa como macro.

Já para Cruz (2017) o planejamento estratégico sempre existiu, independente da intensidade, com a presença ou não de ferramentas tecnológicas. Trazendo a perspectiva do planejamento estratégico aos dias atuais, antecedendo a segunda guerra mundial, o planejamento executado pelas entidades tinha foco nas operações físicas de fabricação. Preocupava-se com um processo desarticulado e fragmentado, realizados de maneira segmentado e isolado da instituição.

Andrade (2016) cita o planejamento estratégico é um dos principais componentes atribuídos aos dirigentes da organização, devido às atividades destinadas aos administradores de cúpula tais como responsabilidade de visualizar, dar início e

buscar alcançar objetivos. Utilizando assim com a intenção de determinar possibilidades e as formas para que sejam alcançados os seus objetivos racionalmente, acessível e flexível as mudanças (OLIVEIRA, 2018). Contudo, para que haja no sistema de planejamento organizacional os efeitos almejados, faz-se necessário a inclusão participativa dos diversos níveis da organização, englobando os níveis táticos e operacionais (ANDRADE, 2016).

### 2.3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

No século XXI, emerge um novo homem e uma nova mulher que diferem dos seus papéis do passado. A reestruturação resulta num impacto aos novos comportamentos e papéis tradicionais do homem e da mulher na família contemporânea trazendo a necessidade e o desejo de adquirir produtos e serviços que se adequem ou sejam diferentes, causando efeitos indispensáveis sobre o seu comportamento de consumo (SAMARA; MORSCH, 2005).

O comportamento do consumidor é entendido por meio de atividades que os indivíduos se ocupam em levar, comprar ou receber algum produto; acontece ainda quando consomem os produtos no que diz respeito aonde, como e sob quais condições, os consumidores irão usufruí-los e como descartam produtos e serviços, pela percepção ambiental, quais variações de embalagens são utilizadas, se existe a possibilidade de reciclar e ou são biodegradáveis (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2005).

Após avaliação de um produto ou serviço, o consumidor começa enxergar opções de compra, onde poderá comprar ou consumir. Sendo nesse momento que o consumidor levará em consideração todos benefícios e vantagens em diferentes meios de acesso para ter aquele produto e ou serviço e não apenas optando pelos canais tradicionais, como o varejo (SAMARA; MORSCH, 2005).

Churchill e Peter (2008) expõem que todo e qualquer indivíduo que adquire serviços e ou produtos independentes de ser para uso próprio ou de outras pessoas é considerado consumidor. Além disso, os autores descrevem que se faz necessário gerar valor nos produtos e ou serviços que seja perceptível aos consumidores, conseguindo assim, gerar lucros para as organizações. Portanto é indispensável que os profissionais de marketing que ao ofertar soluções mercadológicas tenham como base o conhecimento do que o consumidor possa escolher para cada produto/serviço.

De acordo com Solomon (2008) para entender o comportamento do consumidor é necessário pensar no ato pós-compra buscando entender a satisfação através de uma avaliação detalhada e não somente na pré compra.

## 2.4 LAZER E QUALIDADE DE VIDA

Com o passar do tempo às pessoas continuam lutando por uma jornada de trabalho reduzida e um maior tempo livre. Porém apenas ter um tempo livre não é suficiente, é preciso que tenham acesso ao lazer, relaxamento, diversão e entretenimento e assim por consequência seria possível uma melhoria na qualidade de vida (SIMONETTI, 2010).

A interpretação de lazer deve ser levada em conta por meio do tempo, atividade e atitude; ao contrário, não haverá proveito. O lazer só é possível existir caso haja alguma atitude positiva de cada indivíduo, visando seu bem-estar pessoal e seu acontecimento é temporário (SIMONETTI, 2010).

Dessa forma Simonetti (2010), diz que o lazer é uma oportunidade de repouso, enriquecimento pessoal, momento de desconectar-se das obrigações trabalhistas ou demais problemas que possam surgir, por meio do tempo livre que possuam.

Ainda para Simonetti (2010), o lazer atribuído a disponibilidade de repouso promove a saúde física e mental aos indivíduos. Atualmente as organizações, instituições, centros comunitários e outros trazem uma ótima contribuição com intuito de promover atividades capazes de refletirem positivamente no bem-estar físico, mental, cultural e social; tornando assim uma preocupação com a qualidade de vida das pessoas.

## 3 MÉTODO

A presente pesquisa empregou metodologia de natureza básica, que objetiva a criação e geração de novos conhecimentos, sem prévia prática de aplicação para avanço da ciência, envolvendo fatos e interesses universais (GIL, 1994).

Tida como pesquisa exploratória, com objetivo de realizar descrições de situações de forma prevista, com intuito de enxergar os novos conhecimentos das relações que já existem entre os elementos que compõem as mesmas, fazendo existir um planejamento maleável que possibilite considerar os mais variados argumentos de uma situação ou problema (CERVO e BERVIAN, 2002).

Fora utilizada a abordagem quantitativa, advindo de uma observação, sugestionado pelo positivismo, levando em conta que a realidade só pode ser entendida por meio da análise de dados brutos, sendo assim é necessário o auxílio de instrumentos neutros e padronizados, a pesquisa possui linguagem matemática para revelar as causas de um fenômeno e diferentes variáveis (FONSECA, 2002).

A pesquisa em questão é de fonte bibliográfica, por meio do levantamento de toda bibliografia já publicada em forma de artigos científicos, revistas, livros e páginas da web site, possibilitando o pesquisador ter contato direto com tudo que foi relatado sobre cada assunto. (MARCONI; LAKATOS, 2011).

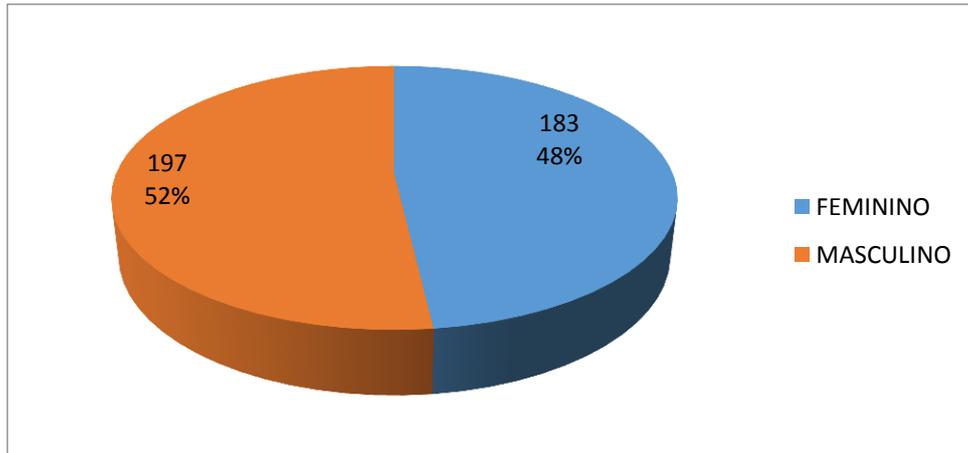
A pesquisa foi realizada na cidade Exu- PE, que abriga aproximadamente 31.885 habitantes. A mesma ocorreu no mês de março de 2020, tendo como cenário as praças locais, a escolha deu-se pela acessibilidade e percepção do autor ao verificar que grande parte da população Exuense está presente nesses locais rotineiramente.

O instrumento de coleta de dados deu-se através da aplicação de 380 questionários contendo oito perguntas objetivas, aplicado às pessoas com idade superior a dezoito anos sem distinção de gênero e ou classe econômica, seguindo tais requisitos não fora necessário a submissão ao comitê de ética da instituição. Fora utilizado o aplicativo Survey Monkey para obter a quantidade esperada dos resultados. Para análise dos dados foi utilizado planilhas no Excel e tabulação de dados.

#### **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

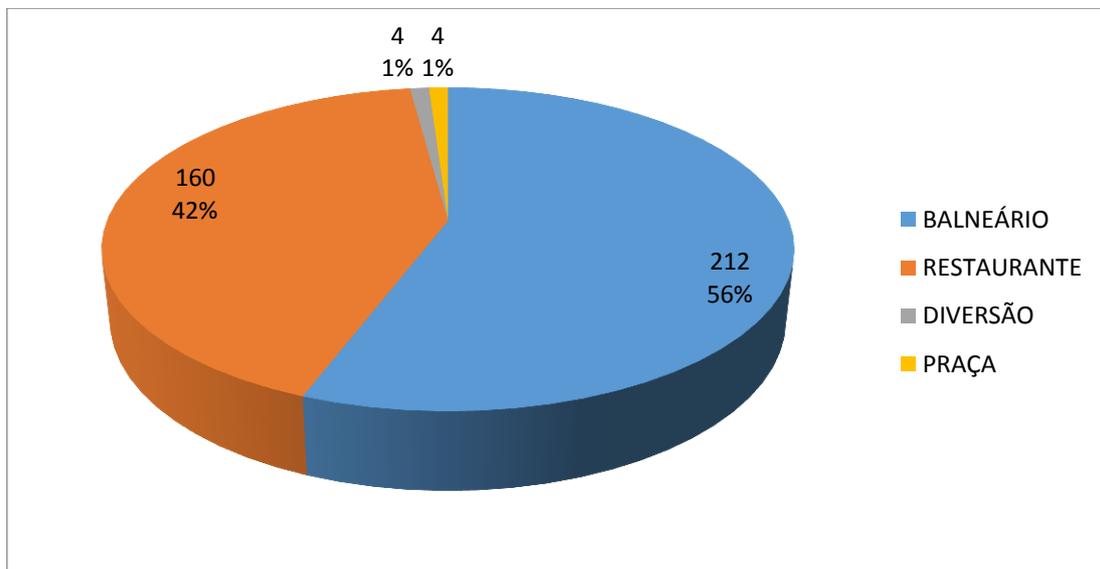
Por meio da aplicação dos 380 questionários fora capaz de entender um pouco mais a percepção dos moradores da cidade de Exu-PE, no que diz respeito as novas possibilidades de lazer e entretenimento na região. Com isso a pesquisa obteve os dados abaixo:

**Gráfico 01: Gênero**



**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

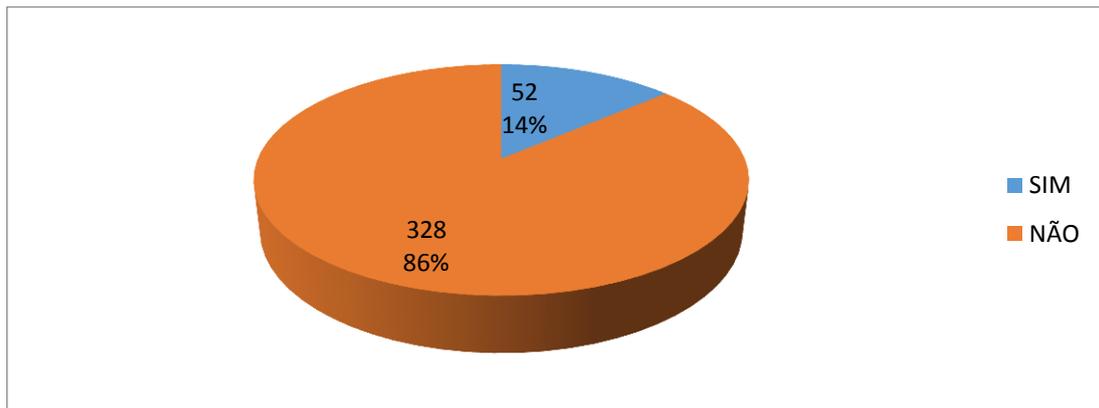
**Gráfico 02: Qual local você costuma ir em busca de lazer e entretenimento em sua cidade?**



**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

No século XXI, emerge um novo homem e uma nova mulher que diferem dos seus papéis do passado. A reestruturação resulta num impacto aos novos comportamentos e papéis tradicionais do homem e da mulher na família contemporânea trazendo a necessidade e o desejo de adquirir produtos e serviços que se adequem ou sejam diferentes, causando efeitos indispensáveis sobre o seu comportamento de consumo (SAMARA; MORSCH, 2005). Por meio dessa percepção proposta pelos autores mencionados, fica evidente as diversas escolhas feitas pelas pessoas em busca de satisfazer seus anseios nas diferentes possibilidades.

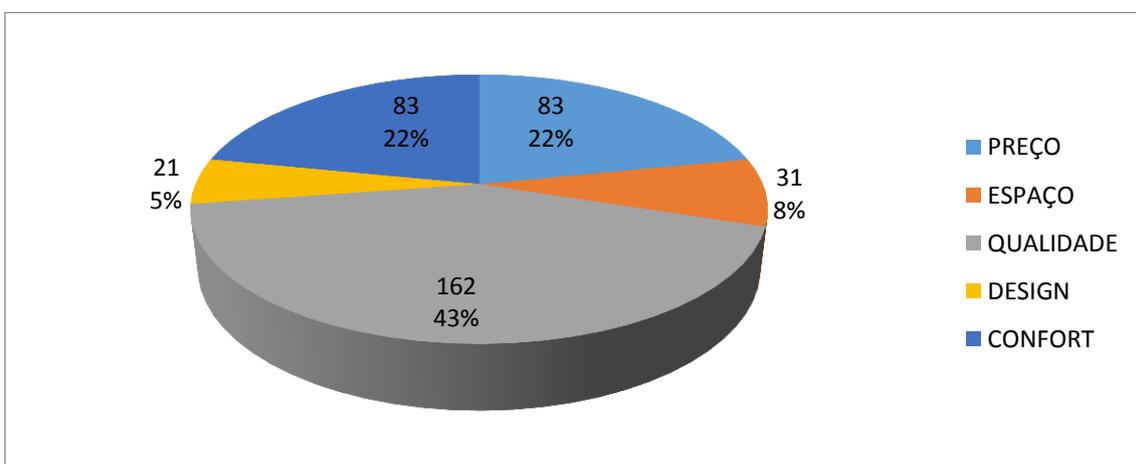
**Gráfico 03:** Você está satisfeito com as opções de entretenimento e lazer sua cidade?



**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

Dornelas (2003) vê o empreendedorismo como fazer algo novo, diferente, capaz de mudar uma situação para melhor, sem medir esforços e fazer diferente do que todos fazem, oportunizando novos negócios focados na inovação e geração de valor nos produtos e ou serviços, utilizando-se da criatividade para ganhar destaque entre os concorrentes e no gerenciamento do conhecimento visando solucionar problemas antes de seu surgimento. Por meio da definição acima, partindo da insatisfação dos consumidores locais é preciso que se faça algo novo capaz não somente de satisfazer os desejos, mas que possa dar o algo mais que nem sempre é esperado.

**Gráfico 04:** Quais os fatores mais importantes para você escolher um lugar para o lazer?

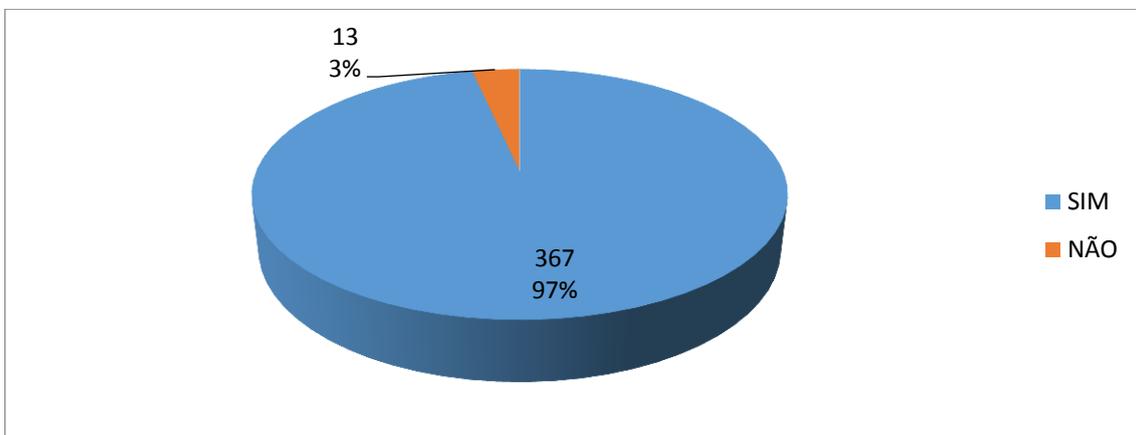


**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

Os autores Churchill e Peter (2008) descrevem que se faz necessário gerar valor nos produtos e ou serviços que seja perceptível aos consumidores, conseguindo assim,

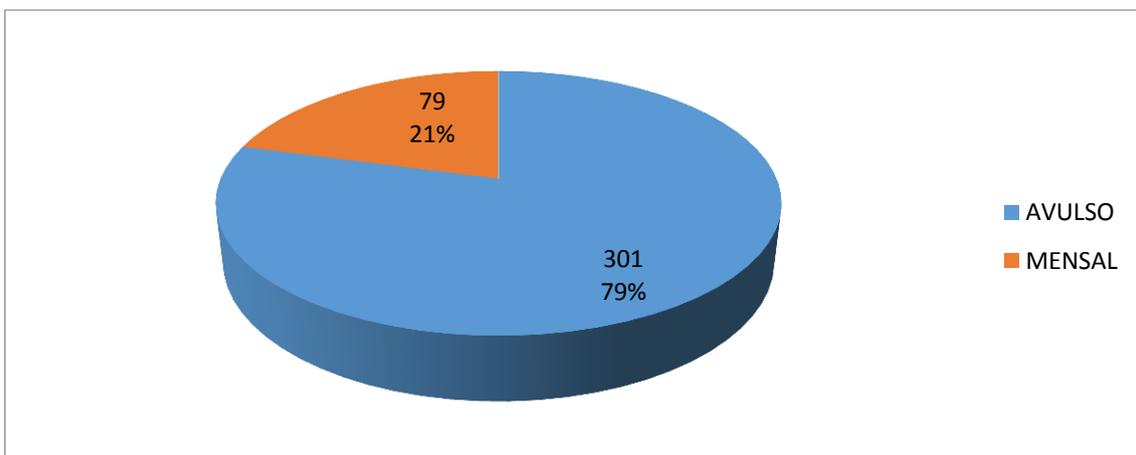
gerar lucros para as organizações. Portanto, tais valores não estão conectados diretamente com preços, mas aos possíveis sentimentos gerados de maneira não palpável.

**Gráfico 05:** Você frequentaria um lugar que oferta espaço para crianças, piscina com hidromassagem, conforto e segurança no mesmo lugar?



Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

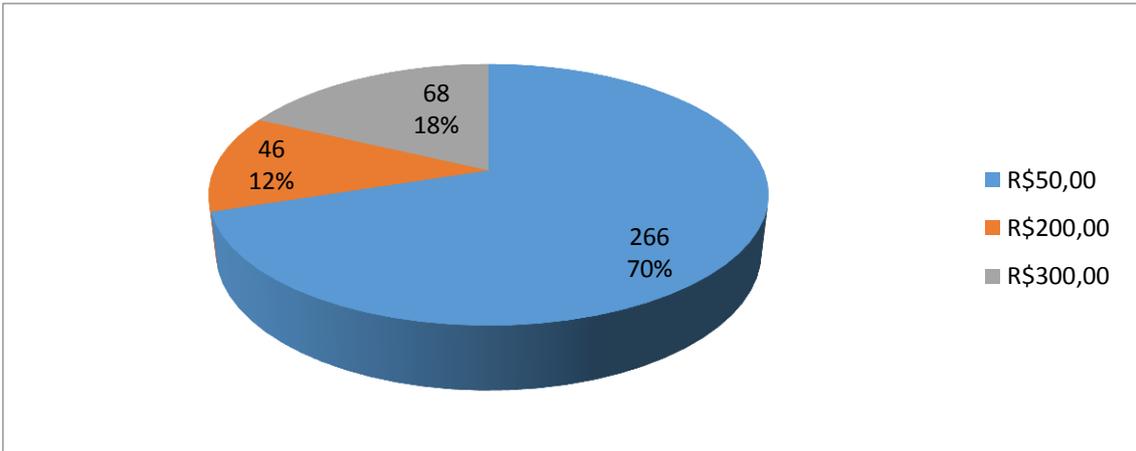
**Gráfico 06:** você optaria por pagar avulso ou mensal?



Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

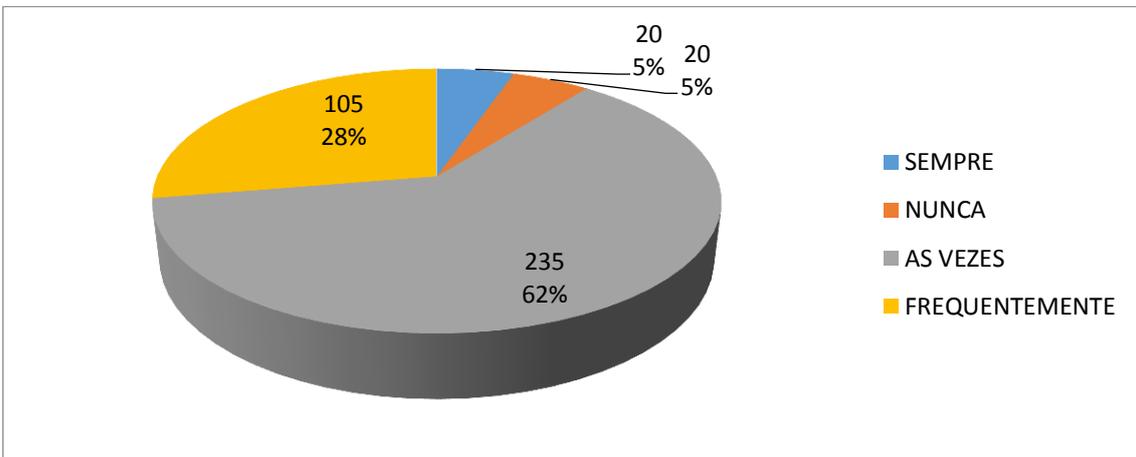
No gráfico 06, aparece a possibilidade em fixar valores mensais para desfrutar do novo ambiente proposto, mas fica evidente que poucas pessoas se interessam por tal serviço o que é relevante para traçar novas estratégias de consumo dos serviços.

**Gráfico 07:** Quanto estaria disposto(a) a pagar pelo serviço avulso e mensal?



Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

**Gráfico 08:** Com qual frequência você se frutua desse tipo de entretenimento?



Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cidade de Exu-PE passa por avanços no setor comercial local, porém é de fácil percepção a insatisfação dos moradores com a ausência de opções de lazer e entretenimento capaz de englobar os diversos anseios dos mesmos.

É notório por meio dos resultados obtidos na pesquisa que na percepção dos que responderam existe a possibilidade em viabilizar um novo ambiente, que disponha de serviços inovadores, produtos de qualidade e atendimento humanitário focando sempre no bem-estar dos clientes.

Através da busca em entender as necessidades dos moradores locais, torna-se capaz enxergar além dos próprios olhos, extraindo os desejos, capazes de satisfazer o que outras pessoas buscam e ou esperam. Surge também a possibilidade em realizar sonhos, torna-se dono do próprio negócio e empreender na área tão sonhada objetivando o alcance de metas.

A presente pesquisa acrescentou ao autor aquisição de novos conhecimentos, crescimento pessoal e amplo entendimento social no que diz respeito às novas oportunidades de oferta de serviços que atendam aos principais anseios de moradores locais e visitantes.

Contudo, pode-se inferir que a pesquisa foi de suma importância revelando possibilidades na implantação de um novo espaço de lazer e entretenimento na cidade de Exu-PE, visto que, 86% das pessoas que responderam às perguntas informaram que não estão satisfeitas com as opções existentes, provendo assim as formas de traçar estratégias eficientes e um planejamento bem elaborado para implantação de um novo espaço de maneira que foi constatado que é louvável empreender na região, buscando disponibilizar um novo ambiente com serviços inovadores capazes de satisfazerem os diversos públicos no ramo do lazer e entretenimento, fomentando assim a economia local e a realização de um sonho.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, A, R; **Planejamento estratégico**: formulação, implementação e controle / Arnaldo Rosa de Andrade. – 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2016.

BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W; ENGEL, James F. **Comportamento do consumidor**. Trad. Eduardo Teixeira Ayrosa. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHURCHILL, G. A. J. PETER, J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

CRUZ, T; **Manual de planejamento estratégico**: ferramentas para desenvolver, executar e aplicar – São Paulo: Atlas, 2017.

DORNELAS, J, C, A; **Transformando ideias em negócios**. 6.ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

FONSECA, J, J, S; **Metodologia da pesquisa científica**. Ceará: Universidade Estadual do Ceará, 2002.

GIL, A,C; **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1994. 207 p.

HISRICH, R; **Entrepreneurship, and Venture Capital**. Ed. Robert D. Hisrich  
Lexington, MA: Lexington Books, 1986.

HISRICH, Robert D.; MICHAEL, P. Peters.; DEAN, A. Shepherd. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

MARCONI, M, de A; LAKATOS, E, M; **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório publicações e trabalhos científicos. 7. ed. – 6. reimpr. São Paulo: Atlas: 2011.

OLIVEIRA, D P; R. de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas 34. ed. São Paulo : Atlas, 2018.

PORTER, M, E; **Vantagem Competitiva**: Criando e sustentando um desempenho superior. 15ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

SALIM, S, C. et al. **Administração Empreendedora Teoria e Prática usando Estudo de Casos**. 1. Ed. Rio de Janeiro: ELSERVIER, 2004.

SAMARA, B. S; MORSCH M. A. **Comportamento do consumidor**: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SIMONETTI, S. R; **Lazer e entretenimento**. 57 p.: - Manaus : Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.

TAJRA, S; **Empreendedorismo: Conceitos e Práticas Inovadoras**.1. ed. – São Paulo: Erica, 2014.