

O DESAFIO DE ADMINISTRAR SEU EMPREENDIMENTO: ESTUDO DE CASO NA EMPRESA GERENCIAGRAM¹

Michele da Silva Santos Correia <michelesscorreia@outlook.com> ²

RESUMO

O artigo apresenta detalhes de um projeto onde um empreendedor exerce o papel de administrar e gerir o seu negócio inovador de ativação para crescimento nas redes sociais. Apresenta também um olhar teórico sobre as práticas de empreendedorismo e traz exemplos destas práticas no Instagram sob o viés da utilização desta tecnologia através da utilização de sua ferramenta. Traz também declaração sobre o estilo de gestão seguida e a composição de sua equipe embasada em referenciais teóricos.

PALAVRAS-CHAVE

Tecnologia, Crescimento, Redes Sociais.

¹ Este artigo apresenta alguns dos elementos estudados no Curso de TCC II e foi apresentado ao final do curso de Administração sob a orientação da Prof. Ma. Lorena Argolo

² Graduanda em Administração pela Unidade de Ensino Superior de Feira de Santana (UNEF – EAD) concluído em 2021.

1. INTRODUÇÃO

O estudo de caso proposto neste trabalho retrata o desafio de um empreendedor na administração e gestão do seu negócio, onde através da competitividade do mercado em geral surge um dos grandes desafios de ser administrador de sucesso. No entanto, tornar-se um empreendedor de talentos e novas ideias, são habilidades que se torna contribuinte para o sucesso de uma organização. Entretanto, para que um administrador obtenha sucesso gerenciando processos ele precisa de fato se conhecer, saber sobre as suas competências emocionais e técnicas, e também sobre suas aptidões. Baseando-se nestes fundamentos, foi levantada a seguinte questão: o empreendedorismo, como estratégia de negócios, é importante no desenvolvimento e crescimento para a empresa. Primeiramente surgiu a hipótese de o empreendedorismo é uma ferramenta que proporciona crescimento e desenvolvimento nas estratégias de um empreendimento. Para buscar uma resposta clara e objetiva para tal questionamento foi realizada uma pesquisa na empresa Gerenciagram, que trabalha com marketing digital, desenvolvimento e atendimento, com a plataforma de automação e gerenciamento de vendas no Instagram. Para melhor compreender a construção dos itens em um único texto para a introdução acompanhe as dicas abaixo.

A partir da construção de um objetivo geral que é: Evidenciar a inovação do empreendedorismo digital, possibilitando a formação de gestores. Surgiram os objetivos específicos: Apresentar um modelo de empreender na era digital; levantar e analisar os dados já identificados em pesquisas; revisar e identificar os desafios do Gestor. A escolha deste tema justifica-se pelo crescimento do Administrador como Empreendedor, dos postos de trabalhos gerados pela iniciativa empreendedora associada aos pequenos negócios.

Trazendo em fim uma problematização: Quais os desafios enfrentados pelo Empreendedor e Administrador para executar o exercício de suas funções nas empresas da região de Feira de Santana, Bahia?

O ser empreendedor é um ser de comportamentos específicos, confunde-se comumente gerir um negócio com empreender, e nada tem em comum. O administrador é um profissional moldado em esforço no estudo de técnicas administrativas, comprovadas após utilizadas em organizações. O empreendedorismo tornou-se o mais eficiente instrumento de crescimento da economia Brasileira, sendo que ele promove mudanças no âmbito social, ou seja, por meio de uma ideia ou inovação, o empreendedor social gera desenvolvimento, qualidade de vida, acesso à cultura, melhorias ambientais e aprimoramento social.

Este estudo tem por finalidade disponibilizar material conciso e de fácil entendimento, evidenciando o crescimento tecnológico, através dos novos empreendedores com a criatividade, iniciativa e vontade de transformar o mundo ao seu redor. Sendo mais fácil e transparente a superação dos desafios do Administrador em exercer suas atividades e inovações, tendo em vista, a enorme gama de informações e soluções para as dúvidas e preposição acerca do tema ora em questão objeto deste estudo, com isso a sociedade vai poder obter mais conhecimentos detalhados sobre o empreendedorismo e os desafios do Administrador. Através desta pesquisa o objetivo final deste estudo é o de aproveitar a motivação, liderança, comunicação, persistência e sugerir a adoção de políticas adequadas às pequenas empresas, ou empreendedores visando aumentar sua sobrevivência, evolução e capitalização do mercado regional, nacional e futuramente internacional.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONCEITO DO EMPREENDEDORISMO

Segundo Baron (2007) o empreendedorismo é um processo. Acreditamos que, recentemente, o empreendedorismo passou a ser visto mais como um processo em andamento do que como um evento único (por exemplo, a fundação de uma empresa ou o reconhecimento de uma oportunidade). Refletimos esse consenso crescente ao focar o processo empreendedor conforme ele se revela ao longo de várias fases distintas: Geração de uma Ideia para uma Nova Empresa e/ou Reconhecimento de uma Oportunidade dentro da empresa; Reunião dos Recursos (Financeiros, Humanos, Computacionais) Necessários para Desenvolver a Oportunidade.

Atualmente existem inúmeras definições de empreendedorismo como uma área de estudo dos negócios, no qual possui uma busca incessante por inovações, assumindo riscos meramente calculados, possuindo um foco principal em obter renda, crescimento e reconhecimento no mercado.

2.2 ÁREAS E DESAFIOS DO ADMINISTRADOR NA ATUALIDADE

Administração é o ato de administrar ou gerir negócios, pessoas ou recursos, com o objetivo de alcançar metas definidas. No entanto, qual o conceito mais atual sobre esta função e prática? O que pensar nestes momentos, onde as informações, os conhecimentos, as tecnologias, circulam em velocidade e transformações que sobressaltam os conceitos já existentes e nos remete a novos momentos onde a mudança e ato de agregar valores não ficam somente a cargo dos administradores e sim de toda uma corporação.

Administração é uma área do conhecimento fundamentada em um conjunto de princípios, normas e funções elaboradas para disciplinar os fatores de produção, tendo em vista o alcance de determinados fins como maximização de lucros ou adequadas prestação de

serviços públicos. (FERREIRA, 1981.p 38).

Para executar determinada função ou atividade, as pessoas precisam se capacitar através do conhecimento, habilidades e atitudes de um profissional — o chamado CHA. Para Takahashi (2014, p. 36), o conjunto de saberes que uma pessoa possui é um misto de três variáveis: CHA.

A gestão horizontal é totalmente inovadora e com um formato organizacional menos hierárquico, e também conhecido como gestão de processos. A abordagem principal de evolução desta gestão foi o crescimento do mercado de consumo e o desenvolvimento da tecnologia. Com isso, a mesma surgiu para quebrar paradigmas da hierarquia e autoridade vertical em nome do sucesso das empresas.

2.3 MOTIVAÇÃO, LIDERANÇA E COMUNICAÇÃO

Quando o assunto é organização empresarial, formação de equipes ou retenção de talentos, o tema da liderança está sempre presente. Conectado a este tema está o da comunicação, alavancado pelo avanço exponencial da tecnologia da informação, o intenso desenvolvimento de softwares de comunicação e a proliferação de redes sociais. Sendo assim os líderes servem de espelhos e motivação na mesma medida em que se tornam símbolo de sucesso, por isso tem a responsabilidade de formar novos líderes em suas equipes, para que o relacionamento entre a organização e seus colaboradores seja fortalecido cada vez mais. Sendo assim, as empresas hoje trabalham com o desenvolvimento humano que existe, ao aplicar seus mecanismos, é possível desenvolver habilidades e competências de toda sua equipe, fazendo com que cada indivíduo evolua, e desperte todo o seu potencial, para isso, o

método combina conhecimentos de muitas ciências que estudam o comportamento humano com técnicas e metodologias específicas.

Formar profissionais melhores, focados na busca de melhores soluções para atingirem resultados. Pessoas capazes de pensar por si, que se adaptem, sejam flexíveis e ultrapassem adversidades e antecipem as mudanças quando houver necessidades (FIGUEIREDO,2009).

3. METODOLOGIA

A metodologia aplicada no desenvolvimento deste trabalho está delineada de modo genérico. A pesquisa exploratória, segundo Gil (2002, p. 44): “[...] tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, com vistas na formulação de problemas mais precisos ou hipóteses, pesquisáveis para estudos posteriores [...]”. Foi realizada uma série de perguntas ao entrevistado, Marcelo Braga, masculino, ocupando a função de Presidente e sócio majoritário da empresa Gerenciagram a 3 (três) anos, empresa Interativ Software e Tecnologia LTDA. As perguntas foram pertinentes aos desafios do empreendedor e gestor em exercício de suas funções na região de Feira de Santana, onde a mesma faz parte.

Foi realizado previamente um contato, com isso agendado a entrevista, na empresa situada na Rua São Domingos – 475, Capuchinhos – Feira de Santana - BA. Uma representante do grupo foi até o local na data e horário marcado, com o roteiro de perguntas para que fosse realizada uma entrevista de forma escrita, e fotografada pelo entrevistador. A pesquisa realizada foi de forma qualitativa, onde preocupa-se com os aspectos da realidade. O seu objeto de estudo são as crenças, os valores, sempre buscando o aprofundamento das relações.

“[...] A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização etc.” (PORTELA, 2004, p. 2).

Nome empresarial: Interativ Software e Tecnologia LTDA

Nome Fantasia: Gerenciagram - Ramo de Atividade: Marketing Digital – Automação em vendas on-line (Instagram)

Presidente e Sócio majoritário – Marcelo Braga, sendo o representante escolhido para a entrevista.

Martins e Theóphilo (2009, p.108) definem que “uma população é a totalidade de itens, objetos ou pessoas sob consideração. Uma amostra é uma parte da população que é selecionada para análise”.

A pesquisa foi desenvolvida de forma exploratória, através de um roteiro de entrevista, com coletas de dados, sendo que as análises dos dados foram realizadas de forma qualitativas no campo empírico, onde o escolhido foi o Presidente da Gerenciagram. A mesma é considerada hoje a maior empresa de Marketing Digital e a segunda maior do mundo com aproximadamente 80 colaboradores e em atual ascendência no mercado. A empresa trás de forma inovadora uma gestão horizontal onde os trabalhadores se sintam bem em trabalhar na organização e fazer o ambiente de trabalho um lugar agradável e produtivo, portanto a empresa juntamente com o seus líderes trabalham para aumentar os níveis de satisfação e saúde do colaborador através de melhorias no clima organizacional por meio de relações e ações saudáveis, melhorias na capacidade de desempenho das atividades diárias com a implementação de ferramentas voltadas para aperfeiçoar o processo de trabalho.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta pesquisa foi encontrada uma vasta e rica recomendações de como se obter o sucesso de um sonhador a realizador de sonhos que se espelhou em sonho de criança, onde cresceu vendo seus pais empreendendo, e sonhou que o seu futuro seria desta mesma forma, e com objetivo traçou seu futuro em planos e metas para que o seu futuro fosse brilhante. Tornando-se um exímio administrador em seu próprio empreendimento, tendo que gerir pessoas, projetos e planos, utilizando métodos da administração como análises de investimentos com indicadores em diversas áreas de seu empreendimento.

Cada empreendedor está em um negócio para ganhar dinheiro. Aumentar a notoriedade da sua marca e começar a aumentar as vendas para obter lucro, então, precisa começar a gerar conteúdo que o seu público não pode deixar de consumir. E não é qualquer conteúdo – mas é conteúdo visual. Observe ranking de pesquisa na Web e com o entrevistado a seguir:

Tabela 1 – Ranking de como administrar com sucesso - WEB

Ranking de como administrar com sucesso					
PESQUISA - WEB	1º	2º	3º	4º	5º
Conhecimento de si mesmo			x		
Definir sua contribuição ao negócio				x	
Proposta de negócio simples		x			
Plano de negócio					x
Foco	x				
Pense grande, mas comece pequeno			x		

Fonte: Autor, 2021.

Tabela 2 – Ranking de como administrar com sucesso – Entrevistado

Ranking de como administrar com sucesso					
ENTREVISTADO	1º	2º	3º	4º	5º
Conhecimento de si mesmo	x				
Definir sua contribuição ao negócio				x	
Proposta de negócio simples					
Plano de negócio		x			
Foco			x		
Pense grande, mas comece pequeno					x

Fonte: Autor, 2021.

Isso significa que o Instagram deve estar no topo da lista para divulgação, se o produto a ser vendido for tangível ou é uma empresa de serviços relacionados. O conteúdo visual tem 40 vezes mais chance de ser compartilhado nas redes sociais do que qualquer outro tipo de conteúdo. É por isso que mais de 70% dos comerciantes estão contando com ativos visuais em suas estratégias de marketing.

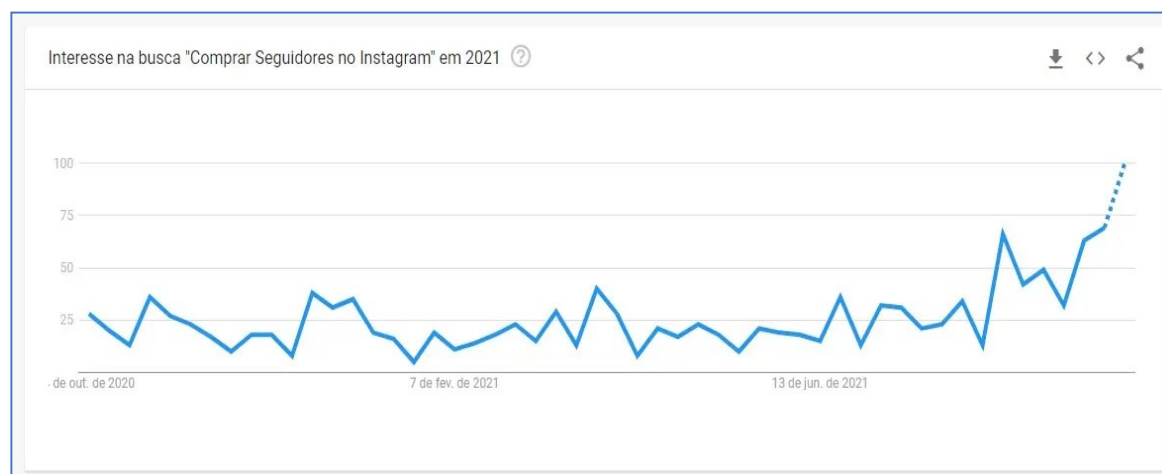
O Instagram é 100% visual, e a comunidade cresceu para mais de 1 bilhão de usuários. Isso é motivo suficiente para alavancar o serviço, com isso a Gerenciagram vem aumentando suas vendas e tornando as empresas e perfis de seus clientes com visibilidade.

Conforme o Marcelo Braga, quando questionado se a empresa passará por alguma crise inicial, o mesmo respondeu: “Passamos por uma crise foi logo que iniciamos aprendemos como vender on-line, e não tivemos mais nenhuma crise, na realidade a crise de crescimento, onde não sabíamos como escalar para mais de 10 mil pessoas, 20 mil, 30 mil, então tivemos está grande dificuldade no começo. Essa foi apenas uma grande dificuldade inicial, pois temos uma plataforma de troca de seguidores, onde pessoas comuns usam essa plataforma para seguir pessoas em troca de seguidores”. Apontamos o seu perfil dentro dessa plataforma como perfil recomendado e essas pessoas irão seguindo o perfil de forma orgânica, sendo que não é necessário seguir ninguém, fazendo isso o perfil começará a crescer diariamente com seguidores 100% reais e brasileiros e sempre focamos na qualidade do serviço para entregar o melhor resultado para o Instagram contratante.

Segundo relatos da própria rede social, o Instagram tem mais de 1 bilhão de usuários cadastrados, dos quais cerca de 60% estão ativos todos os dias na plataforma. Segundo os especialistas em análise e marketing de mídias sociais, mais de 100 milhões de fotos e vídeos são publicadas diariamente no Instagram, mas o queridinho dos usuários é o Stories com mais de 750 milhões de postagens por dia. Portanto, com tanta abundância de

conteúdo na internet, não é de se admirar que as contas com mais seguidores estejam se tornando populares e relevantes. Em 2021, muitos usuários estão aproveitando a compra de seguidores reais e ativos no Instagram, já que essa rede social privilegia perfis que possuem milhares de seguidores.

Imagem 1 – Crescimento na compra de seguidores no Instagram



Fonte: Gerenciagram, 2021

Como estamos lidando com a área de marketing digital que poucas pessoas no Brasil têm esta expertise, então acredito que o ponto fraco da empresa é justamente em não ter pessoas que já passaram por isso, que tiveram experiências em outros locais, então isso faz muita diferença no negócio. Mais isso, é uma dificuldade de todas as empresas de marketing digital no Brasil.

Os pontos fortes da empresa com certeza são as pessoas que estão nela, é a vontade de cada um, as pessoas engajadas que compraram o propósito de estarmos ajudando milhões de pessoas no Brasil e no mundo. Então é o ponto mais forte da empresa são as pessoas que nela estão hoje, o ponto mais forte da empresa.

Quanto a distribuição de tarefas temos hoje alguns setores na empresa, setores bem organizados. Financeiro, Performance, RH, Suporte, Marketing, Desenvolvimento e Administrativo. Então são esses setores da empresa, onde cada setor tem o seu líder, que coloca a máquina para girar.

A gestão na empresa Gerenciagram é realizada de forma horizontal, uma cadeia de organização engajados sempre na busca por fomentar não só as inovações, mais as ideias de quem quer que seja. Então independente do cargo as pessoas têm a liberdade de estar passando as informações para que a empresa possa crescer ainda mais.

5. CONCLUSÃO

Constatou-se que uma empresa com um Administrador empreendedor, tem uma visão mais ampla ao mercado e estrutura a organização como um todo, mantendo uma precisão na tomada de decisão, através do seu conhecimento. Mediante essa afirmação, observa-se a importância de conhecer a empresa, o mercado e seu potencial. Com um ambiente constitucional em constantes transformações, o sucesso ou fracasso de uma empresa está diretamente ligado à capacidade de entender e conhecer o mercado em que atua, sua estrutura, seu know-how, atrair e satisfazer os clientes, isso deve ser desenvolvido e fortalecido constantemente. E para isso, é necessário que o empresário possua um perfil empreendedor.

O empreendedorismo é uma ferramenta essencial no gerenciamento de uma empresa. O trabalho de pesquisa realizado na empresa Gerenciagram reafirma a importância do empreendedorismo aliado ao resultado dos desafios enfrentados pelo Administrador e com promovendo o crescimento e desenvolvimento da mesma. Os objetivos propostos foram atingidos através da entrevista e pesquisas exploratórias.

Atualmente as inovações tecnológicas repousam as maiores oportunidades de crescimento empresarial e pessoal. Consequentemente, por estes e por tantos outros motivos, o senso comum sugere que o preparo profissional e diretivo dos gestores, e colaboradores em geral em novas ferramentas as quais são fatores de diferenciação competitiva. Observou-se que o cenário organizacional está cada vez mais competitivo, e aceito como verdade que um dos fatores que mais influenciam a competitividade é as pessoas. Então podemos concluir que buscar o conhecimento e executar o que foi aprendido é fundamental para o sucesso. Percebe-se também que, mesmo possuindo tecnologia de ponta recursos materiais e financeiros muito bem estruturados, seu diferencial competitivo primordial são recursos humanos, o qual hoje é o ponto forte das empresas e empreendedores bem-sucedidos.

THE CHALLENGE OF MANAGING YOUR ENTREPRENEURSHIP: A CASE STUDY IN THE COMPANY GERENCIAGRAM

ABSTRACT

The article presents details of a project where an entrepreneur plays the role of administering and managing his innovative business of activation for growth in social networks. It also presents a theoretical look at entrepreneurship practices and brings examples of these practices on Instagram under the bias of using this technology through the use of its tool. It also brings a statement about the management style followed and the composition of its team based on theoretical references.

KEYWORDS

Techonology, Growth, Social networks.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações Elsevier, 2003 - 6ª reimpressão Barbosa, Eduardo Fernandes. «**Gerência da Qualidade Total na Educação**» (PDF). Fundação Christiano Ottoni. Consultado em 8 de setembro de 2010. Arquivado do original (PDF) em 5 de julho de 2010

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos**: fundamentos básicos. 4 ed. São Paulo: Atlas, 199.

DORNELAS, J. C.A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FERREIRA, Aurelio Buarque de Hollanda, **Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. 11 ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.

LONGENECKER, J.; MOORE, C.; PETTY, W. Administração de pequenas empresas: ênfase em gerência empresarial. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 1998

McGRATH, M. Setting the PACE in product development: a guide to product and cycle-time excellence. Rev. ed. Michael E. McGrath, editor, 1996.

MATTOS, Pedro Lincoln C. L. de. "**Administração é ciência ou arte?**" O que podemos aprender com este mal-entendido? Rev. Adm. Empresas, 2009, vol.49, n.3, pp. 349-360.

Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v49n3/v49n3a09.pdf>>. Acesso em: 29 de dezembro de 2012, às 10:50.

MILARÉ, Sueli. **Coaching de executivos: adaptação e estagio de mudanças**. 2006.

Dissertação (Pós- graduação em psicologia) – Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas,2006.

TIMMONS, J. A. **New venture creation**. Burr Ridge, Ill.: Richard D. Irwin, 1994.

<https://link.estadao.com.br/noticias/geral,brasileiro-que-criou-o-instagram-mike-krieger-falasobre-futuro-do-aplicativo,10000029973>

<https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-uma-startup/>

<https://gerenciagram.com.br/>

<https://www.appus.com/blog/desenvolvimento/competencias-tecnicas-e-comportamentais/>

NAS ORGANIZAÇÕES. Disponível em: <http://cms.coachingportugal.com/>>.

<https://targetteal.com/pt/blog/gestao-horizontal/>

ANEXOS OU APÊNDICE

Projeto de pesquisa - Estudo de casos Reais Entrevista: Empresa Gerenciagram Entrevistado – Marcelo Braga

Perguntas: Gravadas em áudio e transcrita na íntegra.

1- COMO SURTIU A IDEIA DE SE TORNAR UM EMPREENDEDOR?

R: Desde os meus oito anos o meu pai já tinha um empreendimento, meu pai tinha um mercadinho. E lá aprendi como começar a administrar um negócio. Onde tinha todas as partes de caixa e estoque de mercadorias e compras. Desde a infância, já cresci com o meu pai sendo um empreendedor, mesmo concursado pelo tribunal de justiça, ele tinha um empreendimento.

2- TEVE ALGUM PROJETO INICIAL?

R: Sim, tive um projeto inicial. Pois, quando formei o Gerenciagram eu já trabalhava na Petrobrás de 09 a 10 anos concursado, e também tinha uma loja que era a Pinguim do Sertão. Então o projeto inicial não teve nada muito robusto, eu sabia que tinha que ter desenvolvedores para fazer o produto, um time de marketing, suporte, e eu não tinha expertise nenhuma em trabalhar com software, eu trabalhava com loja de suplemento que é totalmente diferente. Mais o projeto inicial eu desenhei sozinho.

3- A SUA EMPRESA JÁ PASSOU POR ALGUM TIPO DE CRISE?

R: Crise de clientes foi só no início, pois não tínhamos expertise para vender on-line. Mais, está crise foi logo que iniciamos aprendemos

como vender on-line, e não tivemos mais nenhuma crise. Tivemos na realidade a crise de crescimento, onde não sabíamos como escalar para mais de 10 mil pessoas, 20 mil, 30 mil, então tivemos está grande dificuldade no começo. Não tivemos uma crise, apenas uma grande dificuldade.

5- DE QUAL FORMA FOI ADMINISTRADA?

R: A administração da empresa no início foi feita basicamente, toda feita por mim. Hoje não mais, pois temos cada setor muito bem organizado. Setor administrativo, financeiro, marketing, desenvolvimento, performance, suporte, onde os líderes de cada setor ajudam em cada parte.

6- QUAIS OS PONTOS FRACOS DA EMPRESA?

R: Como estamos lidando com a área de marketing digital que poucas pessoas no Brasil têm está expertise, então acredito que o ponto fraco da empresa é justamente em não ter pessoas que já passaram por isso, que tiveram experiências em outros locais, então isso faz muita diferença no negócio. Mais isso, é uma dificuldade de todas as empresas de marketing digital no Brasil.

7- QUAIS OS PONTOS FORTES DA EMPRESA?

R: Os pontos fortes da empresa com certeza são as pessoas que estão nela, é a vontade de cada um, as pessoas engajadas que compraram o propósito de estarmos ajudando milhões de pessoas no Brasil e no mundo. Então é o ponto mais forte da empresa são as pessoas que nela estão hoje, o ponto mais forte da empresa.

8- DE QUAL FORMA A ORGANIZAÇÃO É ORGANIZADA PARA A DISTRIBUIÇÃO DE TAREFAS?

R: A distribuição de tarefas conforme eu falei anteriormente, temos hoje alguns setores na empresa, setores bem organizados. Financeiro, Performance, RH, Suporte, Marketing, Desenvolvimento e Administrativo. Então são esses setores da empresa, onde cada setor tem o seu líder, que coloca a máquina para girar.

9- EM QUAL PERFIL DE GESTÃO A SUA EMPRESA SE ENQUADRA, GESTÃO HORIZONTAL OU VERTICAL?

R: Acredito que a nossa gestão é feita de forma horizontal, nós temos aqui uma cadeia de organização que independente de quem seja a pessoa, estamos aqui sempre buscando fomentar não só as inovações, mais as ideias de quem quer que seja. Então aqui independente do cargo as pessoas têm a liberdade de estar passando as informações para que a empresa possa crescer ainda mais. Eu vejo que é uma forma de gestão horizontal.

10- QUAL A MENSAGEM VOCÊ PODE DEXAR AOS FUTUROS EMPREENDEDORES?

R: Hoje se eu pudesse voltar atrás, não me arrependo de nada do que eu fiz, mais se eu pudesse voltar atrás eu estudaria mais, porque acredito que o empreendedor que não estuda ele para no tempo. Por mais, que a pratica seja realmente um grande diferencial, mas você se capacitar, você estudar mais, você aprender, sempre buscar aprender com humildade é a chave de qualquer negócio de qualquer empreendimento, e a chave do sucesso é você aprender. E lembrando que não adianta nada você aprender sem executar, você precisa colocar em prática tudo aquilo que você aprendeu, pois não adianta nada você ler 20 livros, 50 e não colocar em prática nenhum deles, foi umas das coisas que virou o jogo, não só da Gerenciagram, mais acredito também que de milhares de empresas no Brasil e mundo. Você coloca em prática o mínimo, coloca em execução em tempo hábil, rápido, pois o grande detalhe do marketing digital é você ter um produto e conseguir colocar esse produto rápido no mercado, para você começar a fazer os testes e entender através dos clientes como você pode mudar e melhor o produto.

R: Acredito que a nossa gestão é feita de forma horizontal, nós temos aqui uma cadeia de organização que independente de quem seja a pessoa, estamos aqui sempre buscando fomentar não só as inovações, mais as ideias de quem quer que seja. Então aqui independente do cargo as pessoas têm a liberdade de estar passando as informações

para que a empresa possa crescer ainda mais. Eu vejo que é uma forma de gestão horizontal.

11- Qual a mensagem você pode deixar para os futuros empreendedores?

R: Hoje se eu pudesse voltar atrás, não me arrependo de nada do que eu fiz, mais se eu pudesse voltar atrás eu estudaria mais, porque acredito que o empreendedor que não estuda ele para no tempo. Por mais, que a pratica seja realmente um grande diferencial, mas você se capacitar, você estudar mais, você aprender, sempre buscar aprender com humildade é a chave de qualquer negócio de qualquer empreendimento, e a chave do sucesso é você aprender. E lembrando que não adianta nada você aprender sem executar, você precisa colocar em prática tudo aquilo que você aprendeu, pois não adianta nada você ler 20 livros, 50 e não colocar em prática nenhum deles, foi umas das coisas que virou o jogo, não só da Gerenciagram, mais acredito também que de milhares de empresas no Brasil e mundo. Você coloca em prática o mínimo, coloca em execução em tempo hábil, rápido, pois o grande detalhe do marketing digital é você ter um produto e conseguir colocar esse produto rápido no mercado, para você começar a fazer os testes e entender através dos clientes como você pode mudar e melhor o produto.