

A INFLUÊNCIA QUE O PERFIL DO EMPREENDEDOR TEM PARA SE CRIAR GRANDES EMPRESAS

Ana Paula CUNHA¹
Guilherme Henrique ZANELATO²

RESUMO: Este artigo apresenta os motivos das empresas ficarem estagnadas e os motivos das empresas serem de sucessos, fazendo a comparação entre grandes empresas de sucesso com grandes empresas que fracassaram, visando descobrir o que levou ao sucesso e o que levou ao fracasso e mostrando que o perfil dos empreendedores que estão por trás destas empresas tem a maior influência pelo fracasso ou sucesso pois, segundo Stephen Covey (s.a, s.p) “Os donos de negócios bem-sucedidos são mais parecidos do que se imagina”.

Com isso descobrimos que existem alguns tópicos que devem ser seguidos para ter sucesso na empresa, como ter clientes como a base, qualidade e produtividade como pilares e não deixar faltar ou falhar o planejamento. Espera-se que a partir de tais descobrimentos as pessoas busquem se capacitar melhor antes de abrir uma empresa, e que as pessoas saibam o que é ser empreendedor e quais são suas características.

Palavras-chave: Empreendedor. Inovação. Empresa. Sucesso. Fracasso.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente se segue muito modelos de grandes empresas, assim como todos os fabricantes de carro copiaram o sistema Toyota, muitos copiaram o perfil de Steve Jobs, Bill Gates e várias outras pessoas. Deixando de lado o sistema das empresas, veremos que alguém está por trás dela, e que alguém pensou no sistema para fazer acontecer, assim o artigo destacará o perfil destes grandes empreendedores e empresários, diferenciando o que é ser empreendedor e o que é ser empresário.

Espera-se que a partir das conclusões as pessoas busquem se capacitar melhor antes de abrir uma empresa, e que as pessoas busquem mais as características do empreendedor.

¹ Discente do 2º ano do curso de administração das Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. E-mail: annapc.jc@hotmail.com

² Discente do 2º ano do curso de administração das Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. E-mail: gui_lherme_10@hotmail.com Estagiário da Funada Indústria de Bebidas de Presidente Prudente

O artigo usará como principal o método dedutivo, pois partirá da história das grandes empresas e finalizará com o perfil dos empreendedores, usará como métodos acessórios o histórico, porque contará a história da empresa para obter perfil dos empreendedores e o comparativo que comparará as grandes empresas de sucesso com as grandes que fracassaram e o perfil de empreendedor de sucesso com o de fracasso.

2 O QUE É SER EMPREENDEDOR

O empreendedor é o mesmo que empreender³, é resolver situações complicadas, ser criador de oportunidades e fazer as coisas impossíveis atualmente se transformarem em realidades. Grandes evoluções tecnológicas, mercadológicas e outras foram feitas graças a postura do empreendedor.

Ser empreendedor é possuir algumas características, como: ter visão para ver algo que está além do que se possa ver, ser otimista e persistente, ter coragem, ter competência para dominar conceitos básicos em diversas áreas, ser proativo e sempre estar altamente motivado, ter a capacidade de liderança, saber explorar oportunidades, ser dedicado, ser independente para construir seu próprio objetivo, ser apaixonado pelo que faz, que goste de buscar soluções para melhorar a vida das pessoas e que sempre planejem, planejem e planejem, para poder calcular e ter certeza do que irá fazer porque empreendedores tomam riscos calculados, evitam riscos desnecessários e compartilham riscos com outros. (DEGEN, 2009, s.p)

Ser empreendedor não é uma profissão, mas sim uma postura que busca melhorias em produtos ou serviços, agregando valor a coisas que outros não veem valor.

³ O significado de empreender é conseguir ou tentar fazer (algo muito difícil); tentar: empreender um trabalho excessivamente perigoso. Colocar em desenvolvimento e/ou execução; realizar: empreender tarefas; empreender passeios.

Segundo CURY (s.a, s.p)

Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo não tendo forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou. É ter consciência de que quem vence sem obstáculos triunfa sem glória. É não esperar uma herança, mas construir uma história... Quantos projetos você deixou para trás? Quantas vezes seus temores bloquearam seus sonhos? Ser um empreendedor não é esperar a felicidade acontecer, mas conquistá-la⁴.

Todas as características do empreendedor não são adquiridas de uma só vez, ou são natas, o empreendedor não nasce com elas mas sim ele as acumula com o tempo, não são coisas que se tem e sim que se adquire.

O empreendedorismo e a inovação andam juntos, pois para empreender tem que se criar algo novo ou então melhorar algo existente. Um bom exemplo é a tecnologia que a inovação evoluiu e evolui constantemente, ao observar um celular antigo com o atual, o antigo era usado somente para ligações, pois este era o objetivo do celular, porém ao passar dos anos o celular virou uma câmera fotográfica, uma calculadora, um gravador, um computador e várias outras utilidades. Este processo é chamado destruição criativa, que de vários objetos se formou em apenas um que é o smartphone.

Segundo Drucker (1987, p.40)

"[...] Qualquer mudança no potencial produtor-de-riqueza de recursos já inexistentes constitui inovação..." sendo assim a inovação é uma habilidade de transformar algo já existente em um recurso que gere riqueza.

2.2 Diferença Do Empreendedor Para O Empresário

Essas duas figuras são muito confundidas, apesar de normalmente a palavra ser associada a mesma coisa, na pratica há uma diferença grande.

O empreendedor tem uma postura criativa, que cria e aprimora algo já existente e ele tem um perfil próprio com características bem fortes e marcantes já o

⁴ Frase de Augusto Cury retirada do site UOL, Disponível em:
<<http://pensador.uol.com.br/frbaase/MzgwNzY/>> Acesso em: 22 abr. 2014

empresário além de financiar a ideia e ser normalmente o dono da empresa ele é o que tem papel e conhecimento técnico dentro da empresa, ele sabe toda parte financeira, de marketing, vendas e gestão de pessoas, é a pessoa que lidera a empresa, que assina judicialmente pela própria, que circula bens e serviços no mercado, e é o empresário que organiza e assume todos os riscos da empresa.

Esses dois papéis são muito associados a uma única figura pelo fato de alguns empresários terem a postura empreendedora, porém não é sempre que isso ocorre, porque quando uma empresa está estagnada há anos, nela não se tem uma pessoa com postura empreendedora.

Por outro lado, tem pessoas que não tem empresas e fazem à diferença trabalhando, um bom exemplo é um fato ocorrido que não se tem fonte oficial. Uma moça trabalhava em um navio, e como todos os passageiros estavam descansando ela resolveu fazer um curso de origamis, com isso ao voltar para o trabalho ela começou a fazer os origamis com as toalhas que eram deixadas na cama dos clientes, ao ver isto os clientes adoraram e começaram a dar gorjeias acima da média para a camareira. Com o sucesso ela ensinou as outras camareiras a fazer e os clientes saiam do passeio todo admirados. (MACHADO, 2013, s.p)

Com esta história vemos que essa moça teve uma atitude empreendedora, e que empreender não é só na própria empresa, mas sim é para satisfazer clientes, aliás muitas empresas tem que ver que quem é importante para elas são os clientes e que nem sempre o cliente precisa da empresa mais que sim a empresa precisa do cliente, os empreendedores se preocupam muito com o cliente, se ele está satisfeito, se tem algo de novo para descobrir, sempre fazem pesquisas de mercado e estudos para que eles lucrem mas principalmente que atendam às necessidades dos clientes.

3 ENFOQUE HISTÓRICO DE GRANDES EMPRESAS

Nos tópicos seguintes as pesquisas abordarão recortes históricos de três grandes empresas: Apple, Toyota e Ambev. Tendo como finalidade destacar o perfil de seus empreendedores, bem como as respectivas contribuições para o crescimento de suas empresas.

3.1 História da Apple

A Apple foi fundada em 1976 pelos estudantes Steve Jobs, Steve Wozniak e Ronald Wayne. Tudo começou com o Apple I. Os Jovens decidiram vender projeto para HP e Atari, porém ambas negaram dizendo que computadores pessoais não teriam futuro no mercado. Pelas descrenças das empresas eles começaram a produzir os computadores com recursos próprios e vender por conta própria, o Apple I era vendido por 666 dólares e foram vendidas apenas 200 unidades. Atualmente cada um é peça de coleção e vale cerca de 50 mil dólares. (PACIEVITCH, 2011, s.p).

Os lucros das vendas sustentaram a Apple por um ano, permitindo a criação de máquinas mais potentes. O Apple II foi o próximo a ser lançado e fez muito sucesso, que o diferenciava era o BASIC (programa para programação da época). Continuando na linha Apple II, começaram a trabalhar na interface gráfica. Bill Gates trabalhando para a Apple ajudou com exemplares do Lisa (primeiro computador com interface gráfica a ser lançado no mercado). Pouco antes do lançamento do Lisa Bill Gates lançou o Windows, que utilizou a mesma interface do Lisa com algumas funções modificadas. Lisa deixou a Apple no vermelho e não fez muito sucesso, porém serviu de base para o Macintosh que fez muito sucesso. (PACIEVITCH, 2011, s.p).

O sistema operacional melhor da época era o MacOS usando muito menos memória. Ao passar dos anos a Apple passou por duas grandes revoluções, a primeira foi migrar o MacOS⁵ antigo para o OS X⁶. A segunda aconteceu em 2005, quando Apple anunciou a migração de toda sua linha de desktops e notebooks para processadores Intel. A combinação foi benéfica para a Apple, pois houve uma redução de custo nos processadores e outros componentes para micro PCs. Ao mesmo tempo conservasse seu diferencial que é o software. (MORIMOTO, 2009, s.p).

⁵ O Macintosh Operating System (Mac OS) é a denominação de um sistema operacional padrão dos computadores Macintosh produzidos pela Apple

⁶ É um sistema operativo proprietário baseado no kernel Unix titulado OpenDarwin, desenvolvido, fabricado e vendido pela Apple, destinado exclusivamente aos computadores Mac e que combina a experiência adquirida com a tradicional GUI desenvolvida para as versões anteriores do Mac OS com um estável e comprovado núcleo.

Antes de lançar o Mac, Jobs contrata o executivo John Sculley em 1983 vindo da PepsiCo. Após as vendas animadas do Macintosh, Sculley decidiu demitir Jobs em 1985 pelo seu estilo centralista de gestão. Após isso Jobs criou a NeXT para voltar a trabalhar com computadores e ajudou na criação da Pixar, um dos primeiros estúdios de animação a fazer um filme totalmente em 3D com ToyStory. John Sculley fez a Apple apostar em câmeras digitais e players e áudio. Em 1990 tinha grande relevância, Mas a empresa logo começou a perder a relevância. Sculley foi pioneiro em dispositivos moveis sensíveis ao toque lançando o Newton em 1992. Não conseguindo permanecer como CEO⁷ por muito tempo, Michael Spindler assumiu a presidência em 1993 que não ficou muito tempo cedendo espaço à Gil Amélio em 1996 (ZAMBARDA, 2013, s.p).

Amélio decidiu comprar a empresa que Steve Jobs criou, assim trazendo-o de volta primeiramente como consultor. Aos poucos Jobs assumiu a posição central na Apple. Antes de sua morte em 2011, Jobs expandiu a Apple para além da computação e se revolucionou em outras áreas, em 2001 anunciou o MP3 player iPod, junto a ela o iTunes que foi a plataforma mais bem-sucedidas de vendas online de músicas. Em 2007 fez uma fusão do aparelho celular com o iPod e popularizou a superfícies sensíveis ao toque, criando o iPhone. Em 2010 Transformou a computação sem precisar usar teclados ou mouse físicos, revelou um protótipo de iPhone que funciona como tablet que dessa forma surgiu o iPad. Os produtos são de alto custo, porem são sinônimo de qualidade e eficiência. (ZAMBARDA, 2013, s.p).

Jonathan Ive foi o profissional responsável pelo design e visual moderno da Apple que trabalhou próximo de Jobs nos últimos anos de vida. Steve Jobs, diferente do seu rival Bill Gates, trabalhava diretamente com a empresa que criou até janeiro de 2011, quando o câncer impediu de continuar as atividades. Tim Cook é quem atualmente é presidente da Apple, o homem escolhido por Jobs para assumir seu cargo. Além do iPhone 5 e das novas linha de iPad e iPad mini, a empresa estuda criar gadgets⁸ de baixo custo para concorrer com a Samsung e

⁷ CEO é a sigla inglesa de *Chief Executive Officer*, que significa Diretor Executivo em Português que é a pessoa com maior autoridade na hierarquia operacional de uma organização.

⁸ É um equipamento que tem um propósito e uma função específica, prática e útil no cotidiano. São comumente chamados de gadgets dispositivos eletrônicos portáteis como PDAs, celulares, smartphones, leitores de MP3, entre outros.

novos produtos de multimídia, como o iWatch⁹ que é assunto de recentes rumores. (ZAMBARDA, 2013, s.p)

3.1.1 Perfil do empreendedor de Steve Jobs

Steven Paul Jobs nasceu nos Estados Unidos, e adotado jovem pela família Jobs. Seu pai era apaixonado em reformar e vender carros, e sempre ensinava coisas do ramo para Steve, com isso Steve se apaixonou por toda a parte eletrônica e sempre frequentou várias aulas referente a esses assuntos. Steve cursou faculdade em Portland por 18 meses, onde lá começou a ler livros espirituais e aderiu a dietas compulsivas, também não tomava banho frequentemente e andava muito descalço.

O seu perfil de empreendedor é bem exigente, arrogante e teimoso, na Apple ele demitia muitos funcionários se não soubessem responder suas perguntas e até os humilhava, tudo isso porque ele gostava de tudo nos conformes, e sempre buscava pessoas qualificadas e um alto nível de qualidade em seus produtos sendo que sempre acompanhava boa parte dos processos e sempre buscava produtos perfeitos, Steve sempre foi muito perfeccionista, chegou a atrasar o lançamento de vários produtos por achar algum defeito de última hora. Um dos pontos mais fortes de seu perfil foi pensar com a cabeça do usuário, sempre pensava se ele compraria o produto e o porquê o compraria, o quanto duraria o produto no mercado e como melhorar mais o produto, o que as pessoas esperavam do produto e se ele podia melhorar essas expectativas. (ASAAS, 2013, s.p)

Segundo JOBS (s.a, s.p)

Não se trata de cultura pop, não se trata de enganar as pessoas nem convencê-los de que querem algo que não precisam. Nós averiguamos o que queremos. Acredito que somos muito bons pensando no que as pessoas vão querer também. É para isso que nos pagam. Nós só queremos fazer grandes produtos.¹⁰

⁹ Não se sabe como exatamente é porém tem rumores que é um relógio e que a Apple fez patentes novas que tem sensor para detecção de estado “plano” ou “enrolado”. É como um relógio inteligente.

¹⁰ Frase de Steve Jobs retirada do site IpadDicas, Disponível em:

Para o caminho do sucesso Jobs deixou algumas dicas, tais como: não perder a fé e jamais desistir, pois a Atari não aceitou os computadores dele e se ele tivesse desistido por receber um não, jamais chegaria onde chegou; sempre fazer o que ama, porque é assim que vai desempenhar bem suas competências e que nada adianta fazer sem amor; sempre acreditar, mesmo que ninguém acredite; não perder tempo vivendo a vidas dos outros, pois o tempo é curto e precioso; ter vontade e juventude; ser um parâmetro de qualidade e etc. (PARAIBA, 2011, s.p)

Segundo JOBS (2011, s.p)

Não deixe o barulho da opinião dos outros abafar sua voz interior. E mais importante: tenha a coragem de seguir seu coração e sua intuição. Eles, de alguma forma, já sabem o que você realmente quer se tornar. Tudo mais é secundário¹¹

3.2 História da Toyota

Seguindo o modelo Ford/Taylor¹² os Japoneses resolvem criar sua própria linha de produção e foi assim que a última grande revolução no sistema de produção capitalista surgiu na pequena fábrica de teares¹³ do senhor Sakichi Toyoda. Em 1891 patenteou seu primeiro modelo de tear, desde pequeno teve contato com esse tipo de máquinas, Sakichi foi para a capital do Japão com o intuito de vender mais teares. Com muita qualidade e menor preço dos importados em pouco tempo a pequena fábrica firmou no mercado e não parou de crescer. Após se tornar uma das maiores indústria do país e se estabilizar financeiramente a fábrica eram prospera, seu filho Kiichiro torna-se seu braço direito na administração. O próprio que durante uma viagem aos EUA, entrou em contato com a nova e crescente indústria automobilística criada por Ford. (NICHOLAS, 2010, s.p).

<<http://ipaddicas.com/extras/melhores-frases-ditas-por-steve-jobs/>> Acesso em: 17 maio 2014

¹¹ Frase de Steve Jobs retirada do site Paraiba, Disponível em:

<<http://www.paraiba.com.br/2011/10/09/57508-manual-veja-dicas-de-steve-jobs-para-ter-sucesso-na-carreira-e-na-vida>> Acesso em: 17 maio 2014

¹² Ford criou e utiliza até hoje em linhas de montagem a organização do processo produtivo, com a esteira de montagem móvel. Taylor utilizava a eficiência do trabalho operacional, aplicando sempre métodos de pesquisa para identificar a maneira melhor para se trabalhar.

¹³ Um tear é um aparelho mecânico ou eletromecânico empregado para fins de tecelagem.

Ao voltar para o Japão, Kiichiro disse ao pai que os carros eram o futuro. Usando o lucro dos teares eles passaram a pesquisar maneiras de produção de motores de combustão interna, obtendo sucesso nos testes Sakichi, quase se aposentado decidiu se desfazer da fábrica de teares e investir no segmento de automóveis, sendo a última grande decisão, porque depois de um ano morreu Sakichi. Seu filho Kiichiro assume a missão de montar seu primeiro protótipo em cinco anos para apresentá-lo. (NICHOLAS, 2010, s.p).

Em 1935 foi lançado o modelo A1 e o seguido a caminhonete G1 que iria ser o primeiro a ser exportado, o diferencial da companhia era a maneira como os carros eram produzidos. Até o final da II Guerra Mundial a Toyota não produziu tantos veículos porque no Japão não podiam contar com a mão-de-obra, mercado consumidor e os recursos que existiam nos Estados Unidos. Após o conflito o problema continuava, a população era pequena, não tinha trabalhadores especializados e escassas matérias-primas. Neste ponto entra o Taiichi Ohno, funcionário desde a época dos teares, o chinês engenheiro genial pensou no seguinte: ora, se não temos mão-de-obra especializada, precisamos educá-la. Se não temos mercado consumidor, temos que fazer produtos baratos, agradar os clientes para que eles comprem mais e exportar ao máximo. Se não temos matéria-prima, teremos o mínimo estoque possível e faremos produtos de qualidade, tudo para evitar o desperdício. A proposta foi batizada de sistema Kanban, é conhecida como Sistema Toyota de Produção ou Produção enxuta, ela era baseada na linha de montagem de Ford, tendo o objetivo a velocidade da produção. Nada de estoque grandes e carros idênticos para todos, na concepção de Ohno, é preciso ouvir o cliente. Qual a cor? Potência do motor? Cor dos Bancos? Construindo produtos diferentes para a preferência dos consumidores. Sem estoque, não havia prejuízo com mercadoria (dinheiro) parada, aumentando o capital de giro. A Toyota não se preocupava em ser responsável por fabricar cada peça de seus carros, até que a empresa terceirizou tudo, ficando somente com a montagem dos veículos. Possibilitando pechinchar com os fornecedores, abaixando preços. Outra vantagem do sistema Kanban era que ele exigia que os funcionários não se restringissem a saber somente sua parte na produção. Eles deviam estudar e conhecer o processo de montagem do carro como um todo, sempre preparados para impedir a produção de mercadorias com defeito (eliminação dos desperdícios). Criando carros com essa mentalidade, rapidamente e Toyota cresceu. Imagine vender produtos baratos,

adequados aos clientes e de qualidade superior? Apesar disso, muitos fabricantes pensaram que esse modelo de produção só serviria para o Japão. No entanto, devido às crises de consumo na década de 70, o princípio de produzir por demanda pôs a fábrica sob os holofotes e logo outros empresários mudaram de ideia. O modelo da Toyota, assim como o de Ford, se espalhou por outros segmentos, adaptando-se perfeitamente à fabricação de eletrônicos. Esse foi um dos fatores que deu ao Japão a liderança desse mercado. Já a Toyota continuou sua trajetória até roubar da GM em 2007 o título de maior montadora de automóveis do mundo. (NICHOLAS, 2010, s.p).¹⁴

3.2.1 Perfil empreendedor de Kiichiro Toyoda

Kiichiro Toyoda nasceu em 1894 e era ambicioso e carismático. Pouco se sabe sobre o perfil dele, mas dá para observar que ele era visionário, criativo, motivado, persistente e dedicado, pois mesmo com a morte de seu pai ele não desistiu da empresa, ele se motivou e criou motores de combustão à gasolina, foi muito visionário, pois quando visitou os Estados Unidos percebeu que os americanos tinham muita influência sobre o Japão e começou a pesquisar sobre a criação de carros, ele enfrentou dificuldades com o espaço porque nos Estados Unidos eles tinham uma produção em massa e no Japão tudo era muito pequeno, assim com toda sua sabedoria escutou seu funcionário e fizeram o sistema de produção enxuto.

Ele fez com que sua empresa se destacasse das outras porque ouviu o seu consumidor, ele percebeu que os consumidores queriam mais do que estava sendo oferecido no mercado, viu que as cores podia dar um destaque melhor, que o designer poderia revolucionar e sempre que lançava um carro observou-se que o cliente sempre queria mais em mais, então ele viu que usando a tecnologia ele podia escutar e dar ao cliente aquilo que ele queria e assim se tornou uma das marcas mais valiosas do mundo, a líder incontestável do mercado japonês e asiático e tem o carro Corolla como o mais vendido do mundo e o sonho de consumo nacional.

¹⁴ Referisse à entrevista com o mais velho funcionário da Toyota, Taiichi Ohno. Disponível em <<http://webinsider.com.br/2010/07/16/historia-das-marcas-a-inovacao-da-toyota/>> Acesso em: 15 de maio 2014.

3.3 Ambev

A Ambev foi criada em 19 de julho de 1999, devido à decisão da Cervejaria Brahma e Companhia Antártica se juntarem, o surgimento da Ambev acarretou o surgimento de diversas marcas e concorrentes, abriu um leque de bebidas, com qualidade e preços acessíveis. Inovaram em lançamentos de bebidas e dobrou os níveis de empregos. (AMBEV, 2011, s.p)

Em 30 de março de 2000 recebeu a aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e em 15 de setembro as ações começaram a ser comercializadas na bolsa de Nova York. Bateu sua meta em curto prazo, sendo o lucro líquido Recorde de R\$784,6 milhões e um EVA (Valor econômico adicionado) de R\$ 355,0 milhões. (AMBEV, 2011, s.p)

Em 2002 conseguiu aliança com Quilmes e CabCorp que diminuíram custo e alçou a AmBev para o posto de terceira maior em operação comercial de bebidas do mundo, com 10 bilhões de litros anuais. Em 2003, assumiu a franquia da PepsiCo, com estimativa de produção de 630 milhões de litros anuais, lança a Bohemia Weiss, cerveja de trigo que fortaleceu a marca como líder de mercado Premium e comprou a segunda maior cervejaria do Equador, a Cerveceria SurAmericana. 2004 fecham uma fusão com a cervejaria belga Interbrew e foi o ano marcado, pois, foi o lançamento da Skol Big Neck e o lançamento da Liber, primeira cerveja sem álcool no Brasil. (AMBEV, 2011, s.p)

Após um ano a Ambev incorporou a InBev Brasil devido a fusão com a cervejaria belga Interbrew. No ano de 2005 a Brahma foram disponibilizadas para 15 países. Houve uma inauguração de uma fábrica em Lima (Peru) com capacidade de 100 milhões de litros por ano e o lançamento da cerveja super Premium Stella e da Bohemia confraria. Em 2006 houve inovação e tecnologia como Chopp Brahma Black e Skol Geladona e ao rótulo termossensível, em segmento de refrigerantes lançou o H2OH!. Em 2008 a versão PET 3,3 litros do Guaraná Antártica, o custo benefício é excelente e houve mais lançamentos, sendo eles novos sabores de tangerina e maçã de H2OH!, Pepsi Twist 3, Skita Uva e Guarah!. Em 2009 é lançada a Antártica Sub Zero, com uma composição diferente e método de dupla filtragem a

menos 2°C, a Bohemia ganha uma nova identidade visual e uma garrafa long neck. Até então a Ambev vem investindo em campanhas ao meio ambiente, saúde, usos indevidos de bebidas alcoólicas, vem aumentando seus números de funcionários devido as grandes fabricas em diversos lugares do Brasil. (AMBEV, 2011, s.p)

3.3.1 Perfil empreendedor Jorge Lemann

Jorge Paulo Lemann é formado em economia pela Universidade de Harvard, nasceu em 1939 e é o homem mais rico do Brasil com uma fortuna de aproximadamente US\$ 17,8 bilhões, segundo o ranking da Forbes.

Em 1971 ele fundou o Banco Garantia, e ao passar dos anos teve problemas administrativos dentro da empresa, como o próprio disse que para ser independente no brasil era complicado ele negociava a venda do banco, e disse o empresário e empreendedor: “Não quero ser como esses caras que trocam o Citibank. Prefiro ter mais tempo, mais senso de humor e ser mais rico” (CORREA, 2013, p.68)¹⁵ explicando a Buffet que não estava nem preocupado em vender o banco que seu interesse era em coisas muito melhores. Dito e feito, Lemann possui participação em empresas como AmBev, Burger King, Heinz e o fundo de investimento 3G Capital.

Seu perfil de empreendedor é bem discreto, pois ele é silencioso e reservado e tem capacidade de enxergar o essencial rapidamente e encontrar um caminho para chegar lá, ele admira muito o Buffet, pois ele também valoriza o longo prazo, gosta de ver oportunidades em empresas duráveis e concerta-las para que no longo prazo lhes tragam dinheiro. Na compra da Brahma os critérios para convencer o grupo a compra-la foi: “País tropical, marca boa, população jovem e má administração. Tem tudo para a gente transformar em um negócio grande”. (ASAAS, 2014, s.p). Assim ele vendo o ponto fraco da empresa já pensando no que melhorar e todos os pontos positivos que ela já tinha que só faltava um empurrãozinho para dar tudo certo.

¹⁵ Revista época, edição 779

Lemann disse que sempre foi muito encorajado por sua mãe, pois ela era ambiciosa e se orgulhava dele, assim sempre colocando-o pra cima.

Ele diz que para chegar onde ele chegou tem que fazer a diferença, ter brilho nos olhos, iniciativa, atingir resultados, trabalhar bem em equipe, ter ética, auto confiança, ter foco e o principal ter simplicidade.

4 EMPRESAS QUE FALIRAM

Nos tópicos seguintes as pesquisas abordarão empresas que não conseguiram se manter no mercado sendo elas: Varig e Ogx. Tendo como finalidade descrever o motivo que influenciou a falência e o perfil de seus empreendedores.

4.1 Varig

A Varig foi fundada em 7 de maio de 1927, em Porto Alegre, no Estado do Rio Grande do Sul, por Otto Ernst Meyer e que chegou a figurar entre as maiores companhias de aviação do mundo, com 127 aviões voando para 36 países, uma rede de hotéis, uma empresa de logística, uma de manutenção de aeronaves, estações de rádio de controle aéreo e 20 mil funcionários. (NÚÑEZ, 2013, s.p)

A Varig se consolidou em 1970 que foi a época de ouro da aviação brasileira, em 1980 em meio a inflação congeladas, a Varig aumentou sua frota e preservou empregos devido a sua receita que era em dólar, isso apenas foi possível fazendo voos internacionais, em 1990 as tarifas aéreas eram altíssimas, existiam muitas falhas administrativas, a empresa utilizava dinheiro à vontade, convidava artistas, políticos, jornalistas para viajar gratuitamente com direito a caviar, lagosta, etc. Não havia problema nos custos, pois as tarifas compensavam os patrocínios. Após 1990 a Varig apresentava apenas resultados negativos, houve um erro estratégico na demissão do Fernando Pinto, que era uma pessoa preocupada com a eficiência e competitividade. Mesmo com resultados positivos de dois anos de gestão houve a demissão, após ser acusado de incompetente no Brasil foi para

Portugal e salvou a TAP¹⁶ e foi considerado o executivo do país. A Varig quebrou por aderir uma estratégia de crescimento junto ao governo, a dívida chegou a 7 bilhões de reais, o governo Lula optou em fundir a Varig com a TAM para reduzir os custos devido ao ataque terrorista 11 de setembro de 2001, em 9 de abril de 2007 a Gol Transportes Aéreos comprou a Varig e no dia 20 de Agosto de 2010 a Justiça do Rio de Janeiro decretou falência da antiga Varig, pois não tinha condição para pagar suas dívidas, se fossem pago os 7 bilhões de reais que o Governo do Brasil devia para Varig não teria falido (LABJOR, 2006,s.p).

Segundo MONTEIRO (2006, s.p)¹⁷ a Varig quebrou por falta de visão estratégica e pela ausência de prestação de contas por parte dos diretores.

4.1.1 Perfil empreendedor dos diretores da Varig

Ernst Otto Meyer nascido em 1897 na Alemanha. Em 1921 imigrou para o Brasil para trabalhar em uma fábrica de tecido dos irmãos *lundgreen*, em Recife. O sonho de Meyer era fundar uma empresa de aviação no Brasil, ele já havia conhecimento em aviação, pois, fora oficial da Força Aérea Alemã. Em 1926 solicitou um pedido de isenção do imposto estadual, após seu pedido ser concedido, ele foi para a Alemanha e convidou o Sindicato para participar da empresa que nem mesmo montada ele já havia planejado seu nome, que seria Viação Aérea Rio Grandense, o sindicato fez uma sociedade de 21 % das ações e daria esse valor em aviões e assistência para manutenção. Mesmo não sendo formalizado Ernst levou a aeronave para o Brasil já pertencendo a empresa e com ela ele fez a primeira linha da VARIG 3 meses depois.

O seu perfil Empreendedor embora seja de pequena estrutura, ele era ágil, cabeça dura, cordial, energético, dotado de grande capacidade de trabalho e

¹⁶ A TAP significa Transportes Aéreos Portugueses

¹⁷ O site Labjor diz que Cristiano Monteiro estudou o tema em seu mestrado e em seu doutorado na UFRJ e defendeu a tese dos possíveis falimentos da Varig. Disponível em: <http://www.labjor.unicamp.br/midiaciencia/article.php3?id_article=266> Acesso em: 18 de maio 2014

persistente e muito querido por onde passava, porém quando a empresa faliu não era Meyer que a comandava por que ele já havia falecido. (VARIG, s.a, s.p)¹⁸

Após seu falecimento seu sucessor foi Ruben Berta que não consta seu perfil, porém ele permitiu as regalias de políticos e artistas andarem de primeira classe patrocinado, depois disso a empresa teve vários outros presidentes e diretores, onde fica difícil identificar os perfis.

Mas pela história da empresa observasse que a falha foi na estratégia da tal, porque se não havia tanto dinheiro e as tarifas eram caras não tinha motivos para patrocinar artistas, e ter gastos extras com bebidas e alimentos que consumiam. A falha foi tão grande que acharam que pelo preço cobrado pelas tarifas cobriria os gastos dos artistas, porém não foi o que ocorreu.

E a empresa cobriam gastos de governadores e presidentes achando que eles protegeriam a empresa, mas naquela época as coisas não funcionavam mais assim.

4.2 Ogx

A OGX é uma empresa do grupo EBX, sendo o fundador e proprietário Eike Batista, ela foi fundada no ano de 2007 e atua na exploração e produção de petróleo e gás natural (Terra, s.a, s.p). Através de uma colocação privada de ações conseguiu cerca de US\$1,3 bilhão de suas ações, arrematou 21 balsas em Bacias de Campo e Santos, Espírito Santo, Pará-Maranhão e Parnaíba, o gasto foi de US\$ 1,471 bilhão. Em 2007 Eike fez empréstimo de 10,4 bilhões para assegurar suas empresas, em 2008 contratou a DeGolyer & MacNaughton, uma empresa de consultoria em certificação de reservas no setor de petróleo e gás natural para fazer um estudo de estimativa de sucesso, este estudo certificou os Recursos Potenciais Riscados Líquidos em R\$ 6,7 bilhões visando à possibilidade de 34,5% de sucesso. Logo a OGX no dia 13 de junho de 2008 abriu seu capital na bolsa de valores, realizou a oferta de R\$ 6,7 bilhões, tornando a maior realizada no Brasil até então,

¹⁸ VARIG é o nome do site, e não consta autor na matéria Disponível em: <<http://varig.com.sapo.pt/Historia.html>> Acesso em: 18 de maio de 2014

estes recursos iriam ser utilizados na exploração e desenvolvimento das descobertas (OGPAR, s.a, s.p).

Após o processo de exploração a empresa estima o prejuízo de R\$ 3,6 Bilhões com o fracasso na exploração nas áreas de Tubarão Azul, Tubarão Areia, Tubarão Tigre e Tubarão Gato. A empresa chegou à estimativa de 1,5 bilhões de barris, mas nunca se comercializou uma gota de óleo, segundo ex-técnico da OGX o petróleo de Vesúvio era pesado e inaproveitável. (AZEVEDO, 2013, s.p)

Em 30 de outubro de 2013, 29 dias após noticiar que não iria pagar suas dívidas. As ações da OGX (OGXP3) entraram em colapso e desvalorizaram 92,2% só em 2013. (EDUARDO, 2014, s.p).

A mudança do nome da OGX para Óleo e Gás Participações S.A. foi aprovada com um voto contrário. Com isso, a petroleira tirou o "X" do nome, que é marca de todas as empresas listadas em bolsa do ex-bilionário Eike Batista para simbolizar a multiplicação de riqueza. (G1, 2013, s.p)

A sua situação financeira era desfavorável, prejuízos acumulados e de vencimento de grande parte do seu endividamento, a OGX entrou com um pedido de recuperação judicial. A decisão do juiz Gilberto Clóvis Farias Matos, da 4ª Vara Empresarial do TJRJ, diz que as empresas OGX Petróleo e Gás Participações S.A. e OGX Petróleo e Gás S.A. devem acrescentar a expressão "em recuperação judicial" em seu nome. (G1, 2013, s.p)

4.2.1 Perfil empreendedor de Eike Batista

Eike Fuhrken Batista nascido em 1956, que iniciou faculdade de Engenharia Metalúrgica na Alemanha porém não concluiu, teve sua maior experiência vendendo Apólices seguros de porta em porta. Que já foi o sétimo homem mais rico do mundo, hoje lamenta suas falhas ao falir e perder quase toda sua fortuna.

Eike com um perfil todo exagerado, exuberante, barulhento, extrovertido, que gosta de se aparecer na mídia, frequenta colunas sociais quase diariamente, com toda vontade e sempre buscando ser o homem mais rico do mundo e dizendo que até o vento viraria ouro pra ele em 2011 (JULIBONI, 2013, s.p)

e que atacava em várias frentes e até disse que não sabia se passava pela “esquerda ou pela direita” o mexicano Carlos Slim (primeiro colocado da lista segundo a Forbes) (FUCS, 2013, p.80)¹⁹ não tem hoje como exemplo perfil de bom empreendedor. Ele perdeu cerca de US\$ 29,7 bilhões da sua fortuna, suas empresas fecharam todas no vermelho, Eike briga judicialmente para não perder mais dinheiro ainda, seus investidores todos furiosos pois perderam muito dinheiro, Eike depende do governo para não falir e de 7º lugar de homem mais rico do mundo atualmente não aparece mais na listagem da revista Forbes.

O seu perfil e atitudes influenciaram para as empresas falir, pois Eike prometeu muitas coisas e não apresentava os projetos, como disseram, as empresas do Eike foram criadas ao vento, porque a falha no planejamento foi muito grande, ele disse aquilo que não podia comprovar, e como ele é carismático vendeu para muitos investidores expectativa de lucro, dizendo que a empresa geraria muito lucro em pouco prazo, e eles acreditavam naquilo e era totalmente influenciados por palavras.

Na empresa OGX ele anunciou que no ano de 2011 iria extrair cerca de 20 mil barris de petróleo por dia em um poço, sendo que foi extraído 15.100 mil por dia dos 3 poços, e ao invés de Eike investir nos poços já abertos, ele pegou todo o dinheiro emprestado do banco para furar mais. Mostrando outra falha de administração de dinheiro e de recursos e que não tem capacidade de entregar o prometido. Hoje Eike é visto como grande fracasso, e odiado por muitos e tem uma fortuna de US\$ 300 milhões, também foi observado que Eike não era focado e que fazia várias coisas ao mesmo tempo.

¹⁹ Revista época, edição 779

5 OS MOTIVOS DAS PEQUENAS EMPRESAS NÃO SE TORNAREM GRANDES EMPRESAS

Nos tópicos seguintes as pesquisas abordarão os motivos das pequenas empresas não se desenvolverem, esses motivos foram selecionados conforme o sucesso das grandes empresas e o fracasso de grandes empresas, assim tendo como base o fator que as fizeram expandir.

5.1 Clientes Como Base

Os clientes são a base²⁰ de qualquer empresa, pois ao lançar um produto nada se adianta o CEO gostar e o cliente não, ou se for algo que não tenha muita utilidade, assim a própria empresa “cava” o seu fracasso.

No início, não se tinha empresas, e sim comandantes que davam aos seus escravos o que eles queriam dar, e seus escravos trocavam entre si os objetos, com o passar do tempo alguns criavam seus objetos e os trocavam por outros também. Quando as lojas entraram no mercado, elas ofereciam e os consumidores comprava, por que tudo era novo para os consumidores, e tudo que oferecesse eles iam comprar. Porém com o tempo as empresas viam que os consumidores não queriam mais comprar e começaram a se planejar melhor a fazer campanhas de marketing, e a buscar o que o consumidor queria, a partir daí quem manda no que quer comprar é o consumidor e não a empresa, e com as leis criadas protegendo o consumidor, ele sabe que quem pode é ele não a empresa.

Assim como a Apple, Toyota e Ambev, as empresas tem que parar e pensar se esse produto está pronto para entrar no mercado, se ele vai atender as necessidades de seus clientes, se o produto não vai trazer problema, e o principal se o cliente estará satisfeito.

Não só o produto tem que ser bom, mas também o atendimento ao comprar o produto e a assistência técnica desses produtos, porque o consumidor ao

²⁰ A Toyota foi a responsável por criar esse sistema, tendo como base os clientes, pilares a produtividade e qualidade.

comprar um produto compra a marca também, e se não foi bem atendido, ou a assistência não presta mancha o nome da marca também.

5.2 Qualidade Como Um Dos Pilares

Ter produtos de qualidade não fazem só o consumidor comprar mas também evita dor de cabeça para empresa. Tantas empresas grandes que lançam lotes com defeitos e depois tem um trabalhão para devolver o dinheiro ou brigam judicialmente com os clientes até hoje. Steve Jobs acompanhava quase todos os processos para saber se o produto estava perfeito e a Toyota fazia com que os próprios funcionários monitorassem cada produto porque investiram em motivação de funcionário.

A qualidade é um dos pilares de uma boa empresa, porque tenho certeza que ninguém quer por uma marca valiosa em um produto porcaria, pelo fato da mancha que vai acontecer com a marca. Todo produto bom a marca é sinônimo de qualidade. E ter qualidade é desde a matéria prima até a venda ao cliente.

5.3 Produtividade Como Segundo Pilar

A produtividade em grandes empresas é mais difícil de ser controlada ao se comparar com uma empresa pequena. E cada produto tem que sair conforme o padrão de qualidade. Com essa dificuldade em controlar um chão de fábrica grande, os empreendedores e empresários da Toyota usaram a motivação de funcionários para cortar alguns custos e ainda aumentar a produção.

Segundo a teoria de HERZBERG a motivação está ligada ao estima e a auto realização, como isso a Toyota começou a ouvir seus funcionários e dizer a eles que eles que tinham valor, que eles que deveriam dar ideias, e na empresa deles não se tinha separação de salas para executivos, o chão de fábrica era junto com os executivos para não ter uma desigualdade ou um nível superior, assim os funcionários se sentiam importantes e acreditavam que a empresa se preocupa com

eles, com isso a produção de seus funcionários dobrou, e carros saiam cada vez com menos defeito. E até hoje a Toyota usa esse sistema e ensina a várias empresas.

Muitas empresas acham que seus funcionários são totalmente descartáveis, e que são meros empregados, que foi o que ocorreu com a própria Apple que demitiu o Steve e com a Varig que demitiu Fernando Pinto, a Apple ainda se recuperou mas a Varig faliu. Ou seja, a Apple voltou atrás e trouxe Jobs novamente e se reergueu.

5.4 Falha Ou Falta De Planejamento

O planejamento de uma empresa é um dos primeiros passos a serem tomados após ter a ideia, porque primeiro tem que se fazer um estudo de mercado para ver se realmente a ideia que o empreendedor teve é boa e se vai preencher alguma lacuna no mercado. Porque muitas empresas nem sabem se preenchem lacunas em mercados e estão ali por estar, essa grande diferença que faz as empresas se tornarem grandes e pequenas, porque grandes empresas preencheram algo que faltava, ou inovou em algo que já tinha.

Se a pesquisa for satisfatória é feito um cálculo de risco desta empresa e se é recomendado abrir ou não, depois disso a empresa passa por várias etapas de criação, criando o planejamento operacional, demanda, criando departamentos, fazendo planejamento estratégico e etc. Se houve uma falha em um desses passos a empresa pode falir, que foi o que ocorreu com a OGX e a VARIG que teve uma falha no planejamento estratégico.

Por esse fato que hoje em dia tem muitas faculdades e especializações sobre empresas e mercados, porque muitos são leigos e tem capacidade de ser um grande empreendedor, e com os estudos eles conseguem chegar lá de uma maneira mais rápida e eficiente. Por falta de informação e conhecimento muitas empresas não vão pra frente e acabam tendo o mínimo para sobreviver.

3 CONCLUSÃO

Conclui-se que o empreendedor é o grande responsável pelo nome da empresa, pela qualidade do produto e até pela empresa ser um sucesso. E que para se obter o sucesso empresarial também é preciso ter o cliente como base, a qualidade e produtividade como pilares e procurar não deixar falhar o planejamento. Após conhecer um pouco da história das grandes empresas e os perfis dos empreendedores, se observa que empreender é uma arte e que muitos confundem ela com riquezas e status.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.

SALVE JORGE. OS ACERTOS DE JORGE PAULO LEMANN, O HOMEM MAIS RICO DO BRASIL.... POBRE EIKE... E OS ERROS DE EIKE BATISTA, QUE PERDEU R\$ 20 BILHÕES. Editora Globo, 2013, nº779, 29 de abril, Vidas paralelas, Salve Jorge, o número um, Pobre EIKE.

CURY, Augusto. **Ser empreendedor é.** Disponível em: <<http://pensador.uol.com.br/frase/MzgwNzY/>> Acesso em: 22 abr. 2014

NOVATO, Douglas. **O que é empreendedorismo?** 21 mar. 2014. Disponível em: <<http://www.oficinadanet.com.br/post/12535-empreendedorismo>> Acesso em: 22 abr. 2014

MACHADO, Millor. **A diferença entre ser empreendedor e ser empresário.** **Exame.com**, 16 ago. 2013. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/a-diferenca-entre-ser-empreendedor-e-ser-empresario>> Acesso em: 22 abr. 2014

PACIEVITCH, Yuri. **História da Apple.** Disponível em <<http://www.infoescola.com/informatica/historia-da-apple/>> Acesso em 04 de maio. 2014

MORIMOTO, Carlos. **A história da Apple.** Disponível em: <<http://www.hardware.com.br/artigos/historia-apple/>> Acesso em 04 de maio. 2014

ZAMBARDA, Pedro. **Apple faz 37 anos; conheça a história da empresa criada por Steve Jobs.** Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/04/apple-faz-37-anos-conheca-historia-da-empresa-criada-por-steve-jobs.html>> Acesso em: 03 de maio. 2014

ASSAS, editor. **Perfil empreendedor: Conheça um pouco mais sobre Steve.** Disponível em <<https://www.asaas.com/blog/perfil-empresendedor-conheca-um-pouco-mais-sobre-steve-jobs/>> Acesso em 17 de maio. 2014

DEURSEN, Felipe. **As 7 ideias mais perigosas de Steve Jobs.** Disponível em <<http://super.abril.com.br/tecnologia/7-ideias-mais-perigosas-steve-jobs-679147.shtml>> Acesso em 17 de maio. 2014

Wikipédia. **Steve Jobs.** Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Steve_Jobs#Juventude> Acesso em 17 de maio. 2014

PARAIBA. **Manual: Veja dicas de Steve Jobs para ter sucesso na carreira e na vida.** Disponível em <www.paraiba.com.br/2011/10/09/57508-manual-veja-dicas-de-steve-jobs-para-ter-sucesso-na-carreira-e-na-vida> Acesso em 17 de maio. de 2014

DARUGNA, André. **AS 30 MELHORES FRASES DITAS POR STEVE JOBS!** Disponível em <ipaddicas.com/extras/melhores-frases-ditas-por-steve-jobs/> Acesso em 17 de maio. 2014

WIKIPÉDIA. **OS X.** Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/OS_X> Acesso em 15 de maio. 2014

WIKIPÉDIA. **Mac OS.** Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Mac_OS> Acesso em 15 de maio. 2014

WIKIPÉDIA. **Tear.** Disponível em <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Tear>> Acesso em 15 de maio. 2014

SIGNIFICADOS. **Significado de CEO.** Disponível em <<http://www.significados.com.br/ceo/>> Acesso em 15 de maio. 2014

BERNARDES, Helena. **Conheça o iWatch - o novo gadget da Apple.** Disponível em <<http://www.hypeness.com.br/2013/02/conheca-o-iwatch-o-novo-gadget-da-apple/>> Acesso em 15 de maio. 2014

NICHOLAS, Eduardo, **História das marcas: a inovação da Toyota.** Disponível em <<http://webinsider.com.br/2010/07/16/historia-das-marcas-a-inovacao-da-toyota/>> Acesso em 05 de maio. 2014

PIMENTEL, Catarina. TOYOTA. Disponível em <www.casodesucesso.com/?cid=121> Acesso em 17 de maio. 2014

WIKIPÉDIA. Kiichiro Toyoda. Disponível em <pt.wikipedia.org/wiki/Kiichiro_Toyoda> Acesso em 17 de maio. 2014

TOYOTA. **Toyota no Mundo.** Disponível em <www.toyota.com.br/sobre_toyota/toyota_mundo/> Acesso em 17 de maio. 2014

AMBEV. **Conheça a história da companhia.** Disponível em <www.ambev.com.br/a-ambev/historico> Acesso em 15 de maio. 2014

NUNES, Nathalia. **Perfil Empreendedor: Jorge Paulo Lemann.** Disponível em <empreendersaude.com.br/perfil-empresendedor-jorge-paulo-lemann/> Acesso em 15 de maio. 2014

FERREIRA, Michelle. **AS SEIS LIÇÕES DE JORGE PAULO LEMANN PARA TER SUCESSO NA CARREIRA.** Disponível em <epocanegocios.globo.com/Carreira/noticia/2013/11/seis-licoes-de-carreira-de-jorge-paulo-lemann.html> Acesso em 15 de maio. 2014

ASAAS, Editor. **Perfil empreendedor: Jorge Paulo Lemann.** Disponível em <<https://www.asaas.com/blog/perfil-empresendedor-jorge-paulo-lemann/>> Acesso em 15 de maio. 2014

TEIXEIRA, Alexandre. **O legado de Lemann.** Disponível em <epocanegocios.globo.com/Revista/Epocanegocios/0,,EDR82833-8374,00.html> Acesso em 15 de maio. 2014

GOSTONASALTURAS. **VARIG - A breve história da estrela pioneira do Brasil!** Disponível em <<http://gostonasalturas.blogspot.com.br/2013/11/varig.html>> Acesso em 15 de maio. 2014

WIKIPÉDIA. Otto Ernst Meyer. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Otto_Ernst_Meyer> Acesso em 18 de maio. 2014

SALVARAVARIG. VARIG 1. Disponível em <<http://salvaravarig.blogspot.com.br/p/varig-1.html>> Acesso em 18 de maio. 2014

LABJOR. Crise na Varig foi causada por erro dos diretores, diz pesquisador. Disponível em <http://www.labor.unicamp.br/midiaciencia/article.php3?id_article=266> Acesso em 18 de maio. 2014

VARIG. A Época do Glamour. Disponível em <<http://varig.com.sapo.pt/Historia.html>> Acesso em 18 de maio. 2014

G1. **OGX, de Eike Batista, vai mudar de nome e de endereço.** Disponível em <g1.globo.com/economia/noticia/2013/12/ogx-de-eike-batista-vai-mudar-de-nome-e-de-endereco.html> Acesso em 18 de maio. 2014

G1. **Justiça aceita pedido de recuperação judicial da OGX.** Disponível em <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2013/11/justica-aceita-pedido-de-recuperacao-judicial-da-ogx.html>> Acesso em 18 de maio. 2014

EDUARDO. **OGX - Eik.** Disponível em <www.trabalhosfeitos.com/ensaios/Ogx-Eik/49810131.html> Acesso em 18 de maio. 2014

AZEVEDO, Reinaldo. **OGX, de Eike, previu 1,5 bilhão de barris para campo que nunca produziu.** Disponível em <veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/ogx-de-eike-previu-15-bilhao-de-barris-para-campo-que-nunca-produziu/> Acesso em 18 de maio. 2014

AZEVEDO, Reinaldo. **Tudo grande - Empresa do ex-homem mais rico do Brasil faz o maior pedido de recuperação judicial da história da América Latina: R\$ 11,2 Bilhões.** Disponível em <veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/tudo-grande-empresa-do-ex-homem-mais-rico-do-brasil-faz-o-maior-pedido-de-recuperacao-judicial-da-historia-da-america-latina-r-112-bilhoes/> Acesso em 18 de maio. 2014

TERRA. **Grupo EBX: entenda o "calote" das empresas de Eike Batista.** Disponível em <economia.terra.com.br/grupo-ebx-entenda-o-calote-das-empresas-de-eike-batista,5892352be9e32410VgnCLD2000000ec6eb0aRCRD.html> Acesso em 18 de maio. 2014

OGPAR, **Histórico e Perfil Corporativo.** Disponível em <ogpar.riweb.com.br/show.aspx?idCanal=NficbYMmvEHaBrkToLwOnw==> Acesso em 17 de maio. 2014

ADAMI, Anna. **Eike Batista.** Disponível em <www.infoescola.com/biografias/eike-batista/> Acessado em 17 de maio. 2014

JULIBONI, Márcio. **Como Eike Batista Construiu sua imagem, em 16 vídeos.** Disponível em <exame.abril.com.br/negocios/noticias/como-eike-batista-construiu-sua-imagem-em-15-videos#3> Acessado em 17 de maio. 2014

UOL. **Ranking mostra que Eike foi o bilionário que mais perdeu dinheiro em 2013.** Disponível em <economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/01/02/eike-batista-foi-o-que-mais-perdeu-fortuna-em-2013-diz-bloomberg.htm> Acessado em 17 de maio. 2014