

Os Benefícios do Programa 5S para o Empreendedor

Rosângela Silva de Andrade

Centro Federal de Educação Tecnológica da Paraíba
roro_jp@yahoo.com.br

Luciane Albuquerque Sá de Souza

Centro Federal de Educação Tecnológica da Paraíba
lucianealbuquerque@yahoo.com.br

RESUMO: O presente artigo busca destacar as idéias de diversos autores acerca dos conceitos de empreendedorismo, os tipos de empreendedores e o seu perfil, bem como mostrar a importância da implantação de um Programa de Qualidade Total – o Programa 5S, no empreendimento, relatando de forma simples os cinco Sentidos e a grandiosidade de desenvolvê-los dentro da organização, mostrando as vantagens de cada uma das técnicas ao serem colocadas em prática dentro da organização. Como reconhecimento, obteremos a melhoria de um produto ou prestação de serviços, a redução de custos, o desenvolvimento do trabalho em equipe, a eliminação de desperdício, a melhoria das relações humanas, entre outros pontos positivos oriundos desse programa.

Palavras-chave: empreendedorismo, tipos de empreendedores, perfil do empreendedor, programa 5S.

ABSTRACT: *This article aims to highlight the ideas of several authors about the concepts of entrepreneurship, the types of entrepreneurs and their profile, and also to show the importance of implementing a Total Quality Program - 5S in the enterprise, reporting by a simple way the five Senses and how great is to develop them in the organization, showing the advantages of each technique to be put into practice in the organization. As recognition, we will obtain a product or service improvement, costs reduction, a team work development, wastes elimination, human relations improvement and other positive points of this program.*

Keywords: *Entrepreneurship, types of entrepreneurs, profile of the entrepreneur, 5S program.*

1. Introdução

As mudanças sócio-político-econômicas e tecnológicas estão ocorrendo cada vez mais rápidas para a sociedade moderna, exigindo procedimentos arrojados e inovadores e, acima de tudo, hábeis, possibilitando soluções para diferentes circunstâncias que venham ocorrer para a população.

É neste sentido que surge a necessidade de haver pessoas com o “espírito empreendedor”, ou seja, o empreendedor de hoje representa aquele ou aquela que faz a diferença, possuindo características e habilidades inovadoras. Os empreendedores estão rompendo barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, gerando novos empregos e relações de trabalho, quebrando paradigmas e produzindo riquezas para sociedade.

O empreendedor, através de sua persistência, otimismo, criatividade e ousadia, vem buscando novas estruturas de apoio que beneficiem o seu empreendimento. O Programa 5S é uma delas, pois proporciona organização, utilização do que realmente é necessário, limpeza dos equipamentos, objetos e instalações quando forem utilizados, autodisciplina para todos os que compõem a empresa e a higiene para uma melhor qualidade de vida das pessoas. Esse Programa promove bons hábitos, pois quando os conceitos são bem assimilados e compreendidos, os mesmos passam a ser tão óbvios que os envolvidos no programa sentem-se seduzidos a iniciar imediatamente a sua implantação.

Portanto, esse artigo tem como propósito facilitar e mostrar a grandiosidade dos conceitos e de implantação do Programa 5S para os empreendedores e para todos aqueles que queiram investir em um Programa de Qualidade Total.

2. Metodologia

“Mais que uma descrição formal dos métodos e técnicas a serem utilizadas, indica as opções e a leitura operacional que o pesquisador fez do quadro teórico” (DESLANDES, 1996, p. 42).

Segundo Barros e Lehfeld (2000, p. 2),

“... metodologia corresponde a um conjunto de procedimentos a serem utilizados na obtenção do conhecimento. É a aplicação do método, através de processos e técnicas, que garante a legitimidade do saber obtido.”

De acordo com os autores, método é a forma ordenada de proceder ao longo de um caminho. Em outras palavras, é o conjunto de processos ou fases empregadas na investigação, na busca do conhecimento.

Há várias classificações científicas para os tipos de pesquisas e estas estão basicamente divididas quanto aos fins e aos meios. Com relação aos fins que se destina, trata-se de uma pesquisa descritiva que, segundo Barros e Lehfeld (2004), não há a interferência do pesquisador, isto é, ele descreve o objeto de pesquisa. No que diz respeito ao meio da pesquisa, sendo este de caráter bibliográfico e/ou documental.

Vergara (2005, p. 48) define “a pesquisa bibliográfica, como o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais e redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral”.

Ponte *et al.* (2007, p. 48) afirmam que a pesquisa bibliográfica é um meio de formação por excelência. Como trabalho científico original constitui a pesquisa propriamente dita na área das ciências humanas. E, como resumo de assunto, constitui geralmente o primeiro passo de qualquer pesquisa científica.

A pesquisa bibliográfica é entendida como o planejamento global-inicial de qualquer trabalho de pesquisa, o qual envolve uma série de procedimentos metodológicos. É por meio da mesma que o pesquisador faz contato direto com tudo o que foi publicado, dito, filmado ou de alguma outra forma registrado sobre determinado tema.

As pesquisas bibliográfica e documental constituem uma inigualável técnica para fornecer ao pesquisador a bagagem teórica, de conhecimento, e o treinamento científico que habilitam a produção de trabalhos originais e pertinentes.

Esta pesquisa teve como prioridade o estudo bibliográfico e documental, objetivando um maior domínio do conhecimento relativo à temática abordada.

3. Empreendedorismo

Atualmente há um crescente interesse nacional e internacional sobre o tema empreendedorismo. Apesar de todo interesse, não existe ainda uma definição concisa e internacionalmente aceita. O desenvolvimento da teoria do empreen-

dedorismo é paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento do termo (HISRICH, 2004).

Segundo Cruz (2005), a palavra *emprenedor* (*entrepreneur*) foi utilizada pela primeira vez na língua francesa no início do século XVI, para designar os homens envolvidos na coordenação de operações militares.

Richard Cantillon, importante escritor e economista do século XVII, foi considerado por muitos como um dos criadores do termo *emprenedorismo*, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o *emprenedor* – aquele que assumia riscos – do *capitalista* – aquele que fornecia o capital (DORNELAS, 2001).

Cantillon descreveu o *emprenedor*, como alguém que corria riscos, através da observação dos comerciantes, fazendeiros, artesãos e outros proprietários individuais, já que, segundo Hisrich (2004, p. 28) “compram a um preço certo e vendem a um preço incerto, portanto operam com risco”.

Há diversos significados para o termo *emprenedorismo*, o qual varia muito de país para país, de autor para autor e, conforme pesquisadores de diversas áreas, os quais utilizam princípios de seus próprios campos de conhecimento para elaborar um conceito.

Para iniciar, definiremos o termo *Empresa* como sendo, segundo Dicionário da Língua Portuguesa, on-line, PRIBERAM (2008):

“a associação organizada que, sob a direção e responsabilidade de uma pessoa ou de uma sociedade, explora uma indústria, um ramo de comércio ou outra atividade de interesse econômico.”

Já para Krepsky (1992, p.14), a empresa é

“um organismo econômico que sob o seu próprio risco recolhe e põe em atuação sistematicamente os elementos necessários para obter um produto destinado à troca.”

O *emprenedor* vê a empresa como sendo a realização e a transformação de um objetivo. Portanto, o seu *emprenimento* deverá estar inserido no mercado no qual ele se propôs a chegar, exercendo uma série de responsabilidades, tanto com o propósito econômico como também em relação aos sócios, ao meio ambiente, à comunida-

de, aos funcionários, além de compromissos com o seu próprio desempenho.

Diante disto,

“o *emprenedorismo* é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.” (HISRICH, 2004, p. 29).

De acordo com Dolabela (1999) o *Emprenedorismo* (*entrepreneurship* em inglês) tem uma conotação prática, mas também envolve atitudes e idéias. Significa fazer coisas novas, ou desenvolver maneiras novas de fazer as coisas. A iniciação para a prática *emprenedora* envolve tanto o desenvolvimento da autoconsciência quanto o do *know-how*, ou seja, um auto-aprendizado adquirido pela vivência e pela prática.

Segundo a definição de Schumpeter (1983) *apud* Sebrae (2008b), desenvolvida dentro de um amplo contexto econômico, *emprenedorismo* engloba qualquer forma de inovação que tenha uma ligação com o progresso da empresa. De acordo com o autor, um *emprenedor* tanto pode ser uma pessoa que inicie seu próprio *emprenimento* (ou negócio), como alguém comprometido com a inovação em organizações já constituídas.

O ponto principal dessa definição é que o *emprenedorismo*, em empresas novas ou naquelas já estabelecidas há algum tempo, é o fator que permite que os negócios sobrevivam e prosperem num ambiente econômico de mudanças. O autor concebe o *emprenedorismo* como um processo contínuo, ou seja, conforme novas oportunidades apareçam na economia, os indivíduos com visão *emprenedora* as percebam e as explorem (SEBRAE, 2008b).

De acordo com Timmons (1990) *apud* Dolabela (1999) declarou que o *emprenedorismo* é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.

Já Drucker (1992) *apud* Hoeltgebaum *et al.* (2008) analisa o *emprenedor* como aquele que pratica a inovação sistematicamente, isto é, alguém que busca as fontes de inovação e cria oportunidades. Para o autor, o significado da palavra

empreendedorismo está associado àquela pessoa que pratica uma empreitada laboriosa e difícil.

Na concepção de Low e MacMillan (1988) *apud* Longen (1997),

“os empreendedores são indivíduos que tomam iniciativa, identificam e criam oportunidades de negócios, através da reunião e coordenação de combinações de novas pesquisas.”

Apesar de não possuir uma definição internacionalmente aceita, o empreendedorismo vem ganhando a atenção da sociedade, estando cada vez mais presente, pois o mesmo vem promovendo o crescimento social sustentável. Os autores citados anteriormente são unânimes em dizer, em seus conceitos, que empreendedorismo é criar algo novo e principalmente correr riscos, não ter medo de colocar as suas idéias em prática e superar os obstáculos que surgem a cada dia, estar sempre identificando oportunidades e contagiando todos com idéias inovadoras.

Em seguida, serão relatados, alguns dos principais tipos de empreendedores.

3.1. Tipos de empreendedores

Há diversos tipos de empreendedores e alguns serão relacionados a seguir: o corporativo (ou interno), o externo, o de negócios, o social (ou comunitário), entre outros.

- O empreendedor corporativo (intra-empreendedor ou empreendedor interno), dedica-se entusiasticamente em transformar uma idéia em um produto ou serviço de sucesso. O mesmo promove o Empreendedorismo Interno ou o *entrepreneurship*, termo cunhado pelo consultor americano Gifford Pinchot, em 1978, para caracterizar empresas que estimulam e incentivam as iniciativas empreendedoras de seus funcionários. Assim, os diligentes corporativos são desbravadores, isto é, investem no seu desenvolvimento dentro da organização. São pessoas dotadas de iniciativas, visão de futuro e que favorecem o destaque no mercado de trabalho, da empresa, dos produtos e de si mesmos (CIEE; HASHIMOTO, 2008).
- O empreendedor externo desenvolve e administra um projeto com foco nas tendências e necessidades do mercado, visando satisfazer determinado público. É um profissional independente que gerencia suas ações sem nenhum vínculo específico com uma organização (CIEE, 2008).
- Segundo Becker (2005), o empreendedor de negócios é aquele que identifica oportunidades no mercado, planeja e constrói novas empresas inventando novas técnicas ou formas de atuação comercial, aproveitando um nicho de mercado por explorar. Nesta perspectiva, o empreendedor será sempre o dono, o proprietário, o principal sócio ou acionista.
- O empreendedor social (comunitário) é aquele que assume uma atitude pró-ativa no que diz respeito ao desenvolvimento integrado da sua comunidade, da sua cidade ou do país. A sua força e criatividade estão no “impacto social” – na sua capacidade de gerar soluções eficientes e eficazes para os problemas identificados. Ele está voltado ao terceiro setor e aos projetos ligados à sociedade e qualidade de vida. O impacto social desta idéia está diretamente relacionado à capacidade de gerar benefícios, diretos e indiretos, para o maior número possível de pessoas afetadas pelo problema social, e de provocar mudanças significativas na estrutura do sistema atual. A idéia também deve ser facilmente assimilada por todas as pessoas envolvidas, ou seja, agentes de mudança, gestores e executores do projeto, parceiros e, sobretudo, pela população beneficiada (CIEE, 2008; BATISTA, 2005).
- Silvestre (2006), aponta alguns tipos de empreendedores, que relacionamos a seguir:
- O empreendedor alternativo é aquele que aposta nas novas preferências e novos estilos de vida, por exemplo, maiores preocupações ambientais, para explorar novas oportunidades de negócios que lhe estão associadas.
- O empreendedor matriarca/patriarca, que possui uma empresa, na qual emprega vários membros da família.

- O empreendedor agregador de capital, que possui recursos financeiros suficientes para adquirir outras pequenas empresas com potencial.
- O empreendedor comprometido, aquele que vê a empresa como um trabalho de uma vida. A satisfação pessoal é conseguida através do acompanhamento da empresa nos vários estágios de crescimento.

Conforme Gregolin (2007), aqueles que gostam de estereotipar as pessoas dizem que há cinco tipos de empreendedores a frente das empresas do mundo. São eles:

- **Empreendedores-Gerentes:** [Pessoas](#) que se divertem em dirigir a operação dos negócios, e em como fazer a coisa toda funcionar da melhor maneira possível.
- **Empreendedores-Heróis:** Pessoas que colocam os interesses dos [clientes](#) em primeiro lugar e se divertem resolvendo os problemas mais difíceis.
- **Empreendedores-Vendedores:** Pessoas que se divertem fechando vendas, se relacionando com novas pessoas e fechando acordos.
- **Empreendedores-Artistas:** Pessoas que tem paixão por criar produtos ao invés de dirigir os negócios.
- **Empreendedores-Independentes:** Pessoas que se divertem ao assumir riscos nos negócios.

São vários os tipos de empreendedores, todos visam se beneficiar com a sua criação, pois o empreendedor é um criador, está sempre em busca de um produto novo, atento às necessidades do mercado, satisfazendo determinado público, possui visão de futuro e não tem medo de correr riscos. Os empreendedores possuem características que fazem parte de seu perfil, as quais são derivadas de domínios cognitivos: conhecimento, habilidades e atitudes. A seguir será descrito melhor o perfil do empreendedor.

4. O perfil dos empreendedores

A maioria das pessoas são levadas a abrirem o seu próprio negócio por diversos motivos e pretextos, tal qual a ambição de ganhar dinheiro e a possibilidade de se tornar independente e não es-

tarem mais subordinados a nenhum chefe. Outros exemplos são: profissionais que saíram de grandes organizações e decidiram investir em seu próprio negócio; empreendimentos que já passaram de geração em geração; empresas que são abertas por necessidade de sobrevivência, as quais surgem sem um estudo de mercado e da concorrência, sem um diferencial efetivo, e que, portanto, são classificados como “empreendedores de necessidade” (AIDAR, 2007), contrapondo-se as que surgem devido a uma grande oportunidade.

Mas engana-se quem pensa que, com o seu próprio negócio, o trabalho vai ser pouco. A responsabilidade é enorme, o seu envolvimento é da mesma forma ou muito maior, tendo que trabalhar às vezes mais que oito horas diárias, sem um salário fixo no final do mês, sem férias. Tudo para que todos os seus objetivos sejam alcançados.

O empreendedor tem um perfil bem peculiar. Ele é motivado pelo desejo de realizar o que se propôs a fazer, sabe aonde quer chegar, confia em si, é otimista, não depende dos outros para agir, toma iniciativa diante de um obstáculo, é persistente, tem comprometimento, corre riscos calculados, quebra paradigmas, aceita e reconhece erros, é curioso, criativo e ousado, estabelece metas e está sempre buscando novas informações que contribuam para o desenvolvimento e crescimento da sua empresa (CRUZ, 2005).

Desde 2000, o Brasil compõe o grupo dos 35 países participantes de uma pesquisa que revela a proporção de empreendedores na população economicamente ativa, entre 18 e 24 anos, e até o ano de 2005 ficou entre as nações com o maior nível de capacidade empreendedora (AIDAR, 2007).

De acordo com o Sebrae (2008b), para torna-se um grande empreendedor, é necessário estudo e conhecimento do ambiente do negócio antes de iniciá-lo, pois o crescente índice de mortalidade das empresas em menos de 5 anos é uma das maiores preocupações dos órgãos de apoio, como o Sebrae, IEL, CNPq, BNDES, entre tantos outros. Portanto, de acordo com o Sebrae, a maior parcela de empreendedores brasileiros é formada por pessoas que têm de 5 a 11 anos de escolaridade. Já Lóscio (2007), relata a eficiência dos cursos de empreendedorismo nos Estados Unidos, mostrando que 80% das empresas criadas por pessoas com um mínimo de 6 (seis) meses de estudo (na área de empreendedorismo) se mantinham vivas após

5 anos; dos empresários que iniciaram negócios sem nenhum preparo, apenas 40% sobreviveram no mesmo período. Diante desses dados, podemos observar como é importante o conhecimento, o planejamento, o objetivo e a meta a qual a empresa pretende alcançar, além do enorme prestígio dos empreendedores para a sociedade, pois são pessoas que têm o poder de transformarem o setor no qual se propõem a atuar.

Por ser dinâmico e criativo, o empreendedor tem idéias com foco nas necessidades dos clientes internos e externos, sempre inovando o empreendimento e ficando, constantemente, à frente de seus concorrentes. O empreendedor deve saber delegar, transmitir uma visão clara dos propósitos e metas a serem cumpridas, tendo habilidade para liderar, motivar e orientar as outras pessoas em relação ao seu trabalho, mantendo assim uma visão sistêmica, sendo esta uma das principais características do empreendedor.

Portanto, a proatividade é a força propulsora da atitude empreendedora, mas para a prática desta, é necessária muita leitura, bom relacionamento, atenção às necessidades e trabalhar bastante com a intuição e a empatia. Proatividade é gerar oportunidades e aproveitá-las, ou seja, antecipar-se aos fatos (CIEE, 2008).

5. A implantação de um programa que beneficiará o empreendedor

Quando um empreendedor consegue se estabelecer no mercado, a empresa que ele constituiu precisará estar sempre organizada e limpa, os funcionários bem apresentáveis e o ambiente de trabalho encontrar-se agradável para todos e, principalmente, para os clientes. Com a implantação de um Programa de Qualidade Total, como, por exemplo, o Programa 5S, o empreendimento terá benefícios em relação ao *layout*, que estará efetivamente estruturado; à higiene pessoal dos funcionários e do ambiente de trabalho; à utilização do que realmente é útil para o ofício dos funcionários; à autodisciplina em cumprimento às regras da empresa; à limpeza dos equipamentos quando forem utilizados; à geração de resultados e ganhos; e ao desenvolvimento das pessoas. Como já fizemos referência, acreditamos que o Programa 5S trará satisfação para os clientes, colaboradores e todos que façam parte de um empreendimento.

A fim de contextualizarmos historicamente e conceitualmente, sinalizamos que o *Programa 5S* ou *House Keeping*, surgiu no Japão nas décadas de 50 e 60, com a equipe do professor Kaoru Ishikawa que lançou um método de combate aos desperdícios e eliminação de perdas, visando otimizar os poucos recursos existentes em um país destruído pela Segunda Guerra Mundial, quando aquele país vivia a chamada crise de competitividade (CASTRO, 2006).

O programa tem esse nome por tratar-se de um sistema de cinco conceitos básicos e simples, porém essenciais e que fazem a diferença no Sistema da Qualidade (ANVISA, 2005; CASTRO, 2006). A pesar da simplicidade das idéias e da facilidade de aplicação na prática, a sua implantação efetiva não constitui uma tarefa simples, isto porque a essência do seu entendimento é a promoção da mudança de atitudes e hábitos das pessoas. O programa 5S fundamenta-se na melhoria da qualidade dos ambientes e faz com que pequenas mudanças do dia-a-dia proporcionem um grande resultado, atrelando as possíveis mudanças comportamentais e atitudes das pessoas, uma vez que o ambiente é um fator preponderante no processo, na satisfação das pessoas e para a Gestão da Qualidade Total AGILITY (2002); LAPA (1999) *apud* SILVA JÚNIOR *et al.* (2009).

Segundo Castro (2006), o Programa foi utilizado, inicialmente, pelas donas de casa japonesas para envolver todos os membros da família na administração e organização do lar, estendendo-se, posteriormente ao segmento industrial.

Conforme o autor, na década de 80, o Programa foi redescoberto por alguns países do Oriente, cujo enfoque e objetivo foram alcançados como maneira de se comunicar pronta e eficazmente. Segundo Andrade (2002), no Brasil, a partir de 1991, o 5S tem sido implantado formalmente nas empresas.

De acordo com o Sebrae (2008a), o Programa 5S consiste de cinco “senso”, cujas palavras em Japonês iniciam com a letra S:

- *Seiri*: Senso de utilização (descarte). Esse é o senso de utilidade, ou seja, separar as coisas úteis das inúteis, dando um destino àquelas que, no instante e no ambiente atual, não são mais úteis. Vale a pena esclarecer que inútil não significa que poderá ser jogado fora, e sim que no momento

não tem utilidade naquele local específico. Pode ser encontrado no Brasil com os nomes: organização, utilização, seleção, classificação.

- *Seiton*: Senso de organização. A ordem é “pesquisa de *layout*”, de forma a encontrar um lugar para cada coisa e manter todas as coisas sempre em seus devidos lugares. A organização é a etapa que mais contribui para o “gerenciamento visual”. Pode ser encontrado no Brasil com os nomes: sistematização, arrumação.
- *Seiso*: Senso de respeito (limpeza). Esse é o senso de respeito a tudo que está ao nosso redor – objetos, equipamentos, instalações – e às pessoas. Terminada a etapa do senso de utilização, ficou somente o útil, e este deverá ser respeitado, pois quando for preciso terá obrigação de cumprir seu propósito. Pode ser encontrado no Brasil com os nomes: inspeção, zelo.
- *Seiketsu*: Senso de higiene. É o senso para melhorar a qualidade de vida das pessoas. Nele são praticados todos os sentidos anteriores, na vida pessoal e no ambiente, para garantir uma melhor qualidade de vida. Pode ser encontrado no Brasil com os nomes: padronização, saúde, aperfeiçoamento, asseio.
- *Shitsuke*: Senso de disciplina (ordem mantida). Autodisciplina significa autocontrole, nova atitude para ter e manter as habilidades de fazer as coisas certas. Argumentar sobre o caminho percorrido até o momento, os benefícios obtidos e a importância da continuidade. Uma vez obtido o comprometimento de todos os envolvidos, cumprir rigorosamente as regras.

De acordo com Ribeiro (1994), é possível, implantar o Programa 5S e integrar todos os colaboradores, sócios, clientes, e pessoas que façam parte do empreendimento, seguindo os seguintes passos:

- Sensibilização – é preciso que todos se comprometam com a condução do Programa 5S;
- Definição de quem irá promovê-lo – o responsável por implantá-lo na empresa deve ter conhecimento dos conceitos que fazem parte desse programa tendo como

função criar a estrutura para execução do Programa 5S, elaborando um plano, treinando/formando e promovendo a integração dos funcionários;

- Anúncio oficial – o responsável pelo Programa deve anunciar para todos a decisão de implantar o 5S, fazendo uma cerimônia ou reunião enfatizando a importância dos conceitos;
- Treinamento/Formação – pode ser feito através de visitas a outras instituições que já estejam implantando o programa 5S, cursos, materiais específicos etc.;
- Elaboração do plano – deve definir os objetivos a serem atingidos, estratégias e meios de verificação;
- Formação de comitês locais – é função do grupo encarregado, promover o 5S no seu local de trabalho;
- Treinamento de comitês, locais para o lançamento do 5S – com um maior conhecimento sobre o programa, os grupos locais podem orientar e conduzir os colegas de trabalho durante a implantação do mesmo.

O Programa 5S, terá grande êxito com o comprometimento e dedicação de todos que fazem parte do empreendimento, contando até mesmo com a colaboração daqueles de difícil personalidade, fazendo com que todos participem do Programa.

6. Considerações finais

O empreendedorismo vem sendo muito pesquisado em diferentes países e culturas, pois pode representar uma forma de promover o crescimento social sustentável. Esse artigo mostrou um pouco do perfil do empreendedor e a importância do mesmo em explorar oportunidades não percebidas ou não exploradas anteriormente. Como também a importância que o programa 5S trará, caso seja implantado pela organização, tais como: estrutura física do ambiente (o *layout*), motivação dos colaboradores, higiene, organização, arrumação e a autodisciplina que todos, ao longo da implementação, irão adquirir.

Esta pesquisa, que teve como prioridade o estudo bibliográfico servirá de base para realização de estudos de caso, no intuito de observar na prática, se realmente as organizações implantam o programa 5S.

7. Referências

AIDAR, Marcelo Marinho. **Empreendedorismo**. São Paulo: Thomson, 2007.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). **O Método 5S**. Brasília, 2005. Disponível em <http://www.anvisa.gov.br/reblas/procedimentos/metodo_5S.pdf>. Acesso em 08 nov. 2008.

AGILITY Centre. **5S Practice**, 2002; LAPA, Reginaldo, **5 Sensos**, 1999. *Apud*: SILVA JÚNIOR, Ivan Alves da. *et al.* **Análise Crítica e Aplicação de Melhorias a partir dos Conceitos da Organização, Sistemas e Métodos (OS&M)**. Revista Anagrama. Ano 02. Nº. 03, Edição: Março – Maio, 2009. Disponível em: <http://www.usp.br/anagrama/anagrama_ano2_numero3.html>. Acesso em: 13 set. 2009.

ANDRADE, Paulo Hyder da Silva. Dissertação: **O impacto do Programa 5S na implantação e manutenção de sistemas da qualidade**. Florianópolis 2002. Disponível em: <teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/5211.pdf>. Acesso em 2 nov. 2008.

BARROS, Aidil J. da Silveira e LEHFELD, Neide A. de Souza. **Fundamentos de metodologia científica: um guia para a iniciação científica**. São Paulo: Makron Books, 2000.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira, LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de Metodologia Científica. 2 ed. ampliada**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2004.

BATISTA, Manoel Messias. **Artigo: Tipos de empreendedorismo: semelhanças e diferenças**. Brasília, 2005. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/tipos_de_empreendedorismo_semelhancas_e_diferencas/10993/>. Acesso em: 14 set. 2008.

BECKER, Christiano. **Empreendedorismo**. UFMG, 2005. Disponível em: <www2.dcc.ufmg.br/~becker/empreendimentos-2005-2/empreendedorismo-motivacao.ppt>. Acesso em 11 set. 2008.

CASTRO, Eric Ricardo Calhau de. **O programa 5S. FASF** (Faculdade Sul Fluminense), 2006. Disponível em: <www.fasfsul.edu.br/artigos2006/oprograma5s.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2008.

CENTRO DE INTEGRAÇÃO EMPRESA-ESCOLA (CIEE). Apostila: **Atitude Empreendedora**. Programa CIEE de Educação a Distância, 2008.

CRUZ, Carlos Fernando. **Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme o ciclo de vida das organizações. Um estudo de caso: Pramp's Lanchonete**. Dissertação apresentada à Universidade de Santa Catarina. Florianópolis, 2005.

DESLANDES, Suely Ferreira. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DRUKER, P. F. **Administrando para o futuro: os anos 90 e a virada do século**. São Paulo: Pioneira, 1992. *Apud*: HOELTGEBBAUM, Marianne, *et al.* **A relação entre as estratégias traçadas na criação e**

Desenvolvimento do Empreendimento e o Perfil Empreendedor do Dirigente Proprietário: O Caso de uma Empresa de Confeção de Brusque, Sc, Brasil. Disponível em: <<http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/Ponencias/PonenciaPerfeito01.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2008.

GREGOLIN, Raphael Gomes. **Que tipo de empreendedor você é?** Publicado em 2007. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/articles/1566/1/que-tipo-de-empreendedor-voce/pagina1.html>>. Acesso em: 23 nov. 2008.

- HASHIMOTO, Marcos. **Intraempreendedorismo, que bicho é esse?** Disponível em: < http://vocesa.abril.com.br/aberto/columnistas/pgart_0701_21082003_5306.shl>. Acesso em: 22 nov. 2008.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- LOW & MACMILLAN (1988) em AMIT, R, Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research. *Journal of Management Studies*, n.30, v.5, p. 815-834, USA, 1993. *Apud*: LONGEN, Márcia Terezinha. **Um modelo comportamental para o estudo do Perfil do Empreendedor**. Disponível em: <<http://www.eps.ufsc.br/disserta97/longen/cap2.htm>>. Acesso em 09 nov. 2008. Dissertação apresentada à Universidade de Santa Catarina. Florianópolis, 1997.
- LÓSCIO, Bernadette Farias. **Empreendedorismo: Perfil do empreendedor**. Ceará, 2007. Disponível em: < disciplinas.lia.ufc.br/empinf/arquivos/Empreendedorismo_Perfil%20do%20Empreendedor.ppt>. Acesso em: 26 nov. 2008.
- KREPSKY, Júlio César. **O estatuto da microempresa e a necessidade de sua reformulação (legislação e comentários à margem do estatuto)**. São Paulo: Academia, 1992.
- PONTE, Vera Maria Rodrigues. *et al.* **Análise das metodologias e técnicas de pesquisas adotadas nos Estudos brasileiros sobre Balanced Scorecard**: um estudo dos Artigos publicados no período de 1999 a 2006. Disponível em: < http://www.furb.br/congressocont/_files/EPC%20079.pdf> . Acesso em: 11 nov. 2008.
- PRIBERAM. Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (DPLP). Disponível em: < <http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=empresa>>. Acesso em: 26 nov. 2008.
- RIBEIRO, H. **5S A Base para a Qualidade Total: um roteiro para uma implantação bem sucedida**. Salvador: Casa da Qualidade, 1994.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Apostila: **D’OLHO NA QUALIDADE 5Ss para os Pequenos Negócios**. Sebrae Nacional, 2008a.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Apostila: **Iniciando um Pequeno Grande Negócio – IPGN**. Sebrae Nacional, 2008b.
- SHUMPETER, Joseph A., “**The Theory of Economic Development**”. Published in Harvard University Press-Transaction Inc., Cambridge: Mass, 1983. *Apud*: Sebrae Nacional, 2008. Apostila: **Iniciando um Pequeno Grande Negócio – IPGN**.
- SILVESTRE, Manuel de Campos. **Empreendedorismo**. Universidade de Aveiro, 2006. Disponível em: < <http://www.scribd.com/doc/502066/Empreendedorismo>> Acesso em 01 nov. 2008.