

EMPREENDEDOR: DA MOTIVAÇÃO À CRIAÇÃO DO PRÓPRIO NEGÓCIO

ENTREPRENEURSHIP: FROM THE MOTIVATION TO THE CREATION OF RUNNING OWN BUSINESS

¹ANDRADE, K. F.; ²ALBANEZ, W.

^{1 e 2}Departamento de Administração de Empresas – Faculdades Integradas de Ourinhos – FIO/FEMM

RESUMO

O presente artigo relata sobre o empreendedorismo, visto que no mundo atual o conceito empreender vem sendo discutido com grande ênfase no âmbito dos estudos sobre micro e pequenas empresas, bem como nas políticas e práticas de diversos países. A expansão da atividade empreendedora deu-se por volta do ano 2000, o que pode ser observado nas diversas ações desenvolvidas referente ao tema. A problemática deste artigo envolve na reflexão do por que os empreendedores sentem-se tão realizados quando planejam seu empreendimento e mais impulsionados ainda quando finalmente concretizam seu sonho. A relevância abrange os benefícios e a importância de tornar-se um empreendedor, bem como trazer à tona os fatores que os impulsionam na criação de novos empreendimentos. Desta forma objetiva-se demonstrar o quanto o empreendedor tornou-se importante para a sociedade, pois tudo leva a crer que o desenvolvimento econômico da sociedade esta relacionado ao seu grau empreendedor. O método utilizado para a estruturação deste trabalho foi de pesquisa bibliográfica, com abordagem qualitativa, do tipo exploratório, chegando ao pressuposto que o empreendedor é um profissional que possui grande desejo de realização pessoal, desta forma sente-se motivado em realizar algo que foi almejado, planejado e estudado com tanto cuidado e, a motivação e o desejo de realização são elementos chave que o impulsiona a realizar algo novo em prol da sociedade.

Palavra-chave: Empreendedorismo: Motivação: Realização Pessoal.

ABSTRACT

This paper is about entrepreneurship, because in today's world the concept of entrepreneurship has been discussed with great emphasis in studies of small companies, as well as the policies and practices of several countries. The expansion of entrepreneurial activity occurred by the year 2000, which can be seen in the many actions developed related to the topic. The issue in this paper involves reflection of why entrepreneurs feel so fulfilled when planning their venture and even more motivated when they finally accomplish their goals. The importance comprises the benefits of becoming an entrepreneur as well as brings out the reasons that make them think about the creation of new ventures. Therefore the main goal is to show how the entrepreneur has become important to society because it seems that the economic development of society is related to their level of entrepreneurship. The method used for this study was based on literature research, with a qualitative, exploratory, reaching the assumption that the entrepreneur is a professional who has a great desire for personal fulfillment, thereby they feel motivated to accomplish something that was desired, and planned so carefully studied, and the motivation and desire to accomplishment are the key elements that make them to accomplish something brand new to society.

Keywords: Entrepreneurship: Motivation: Personal Achievement.

INTRODUÇÃO

A temática que envolve assuntos referentes ao empreendedorismo está presente no mundo atual e vem sendo discutida com grande ênfase no âmbito dos estudos sobre micro e pequenas empresas.

O empreendedorismo tem sido o centro das políticas e práticas econômicas em diversos países. Sua expansão deu-se por volta da década de 1990, com um aumento bastante significativo no ano 2000, o que pode ser observado nas ações desenvolvidas relacionadas ao tema. (DORNELAS, 2008).

Acredita-se que grande parte das pessoas aprende pelo método da observação, inspirando-se no sucesso alheio. É fato, quem não gosta de ficar perto dos bons profissionais e, principalmente, daqueles que se preocupam com as pessoas e seus valores e não simplesmente com os números, que gostam de aprender e liderar com quem lidera de forma natural, tácita, e não com formulas complexas extraídas de livros e manuais.

Inúmeros são os fatores motivacionais que leva o empreendedor a criar um novo negócio, elas podem derivar de inúmeras circunstâncias, seja baseado na descoberta de oportunidades ou no desejo de independência financeira e econômica (LEITE; MELO, 2008). No entanto surge a seguinte reflexão: como e por que os empreendedores sentem-se tão realizados quando planejam seu empreendimento e mais impulsionados ainda quando finalmente concretizam seus projetos?

Nunca se ouviu falar tanto em SEBRAE, empreendedorismo, micro e pequena empresa e outros termos relacionados como atualmente. Hoje a cultura empreendedora é impulsionada por profissionais capazes de criar, inovar e modificar a situação socioeconômica, política e financeira do ambiente a sua volta. Suas características são bastante amplas e sua necessidade de realização são fatores motivacionais facilmente identificados, o que torna esse estudo um importante instrumento de socialização, reconhecimento e influência para a criação de novos profissionais.

Sabe-se que a atividade empreendedora pode surgir por acaso ou pode nascer de um período de maturação e planejamento da abertura do negócio e que esta decisão pode sofrer influências motivacionais ou influências do mercado. Assim, este artigo visa enaltecer a importância e os benefícios de tornar-se um

empreendedor, bem como trazer a tona os fatores que os impulsionam na criação de novos empreendimentos.

Contudo propõe-se demonstrar o quanto o empreendedor tornou-se importante para a sociedade, pois tudo leva a crer que o desenvolvimento econômico de uma sociedade está relacionado ao seu grau de empreendedorismo. (DOLABELA, 1999).

O método utilizado para a estruturação deste trabalho foi o de pesquisa bibliográfica, com uma abordagem qualitativa, do tipo exploratória, chegando ao pressuposto de que empreendedor é um profissional que possui grande desejo de realização profissional e pessoal, desta forma entende-se o porque do empreendedor sente-se tão motivado em realizar algo que foi almejado, planejado e estudado com tanto cuidado, tornando-se a motivação e o desejo de realização elementos chave que o impulsiona a realizar algo novo em prol da sociedade.

DEFINIÇÃO E MENSURAÇÃO DE EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo (*entrepreneur*) tem origem francesa e significa aquele profissional que assume riscos, que é inovador, visionário e toma iniciativa para a criação de algo novo, transformando idéias em grandes oportunidades (DORNELAS, 2008).

Uma das primeiras referências para o termo empreendedorismo ocorreu no século XVI e definia o capitão que contratava soldados mercenários para servir ao rei. Mas somente por volta do século XVIII, o termo passou a ser utilizado para fatores econômicos, onde passaram a considerar os *entrepreneurs* como aqueles que introduziam novas técnicas agrícolas ou arriscavam seu capital em novos negócios (MARTINELLI, 1994 apud LEITE; MELO, 2008).

Dornelas (2008) ressalta que a partir do século XVIII o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, isto devido ao início da industrialização que ocorria no mundo inteiro, um grande exemplo citado pelo autor foi o caso das pesquisas desenvolvidas por Thomas Edison referente a eletricidade e a química, que só foram possíveis com os investimentos financiados por grandes investidores. Por volta do século XIX e XX, os empreendedores chegam ao mercado com grande potencial profissional, destacando-se em diversas áreas de investimentos, de pesquisas e de negócios.

Atualmente empreender significa a atividade de toda pessoa que está na frente de uma empresa, seja ele o franqueado, o dono ou aquele que criou ou desenvolveu uma grande empresa (DOLABELA, 1999).

Schumpeter (1949 apud Dornelas 2008) conceitua o empreendedor como aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

“O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios”. (FILION, 1999^a, p. 19 apud PEDROSO; NAKATANI; MUSSI, 2008, p. 109).

(...) Mas, qualquer que seja o tipo, alguém só é um empreendedor quando efetivamente leva a cabo novas combinações, e perde esse caráter assim que tiver montado o seu negócio, quando dedicar-se a dirigi-lo, como outras pessoas dirigem seus negócios. (SCHUMPETER, 1982 p. 56, apud LEITE; MELO, 2008, p. 37).

Observa-se que inúmeras são as definições para o termo empreendedorismo, pois as pesquisas vão se aprimorando, novas conceituações surgem e cada vez mais os grandes estudiosos buscam entender e compreender este profissional capaz de criar grandes mudanças em prol da sociedade.

Mirshawka (2004) quantifica algumas das principais características empreendedoras como sendo: capacidade de criar um negócio; ser capaz de enxergar a complexidade relacionada com a atividade do negócio; manter a prioridade e a originalidade de seus projetos; tem ampla capacidade de relacionamento com os formadores de opinião; é um líder talentoso que não hesita em arriscar, mas que sabe manter a calma em situações de crise e, principalmente é um profissional capaz de fazer o futuro acontecer.

As características empreendedoras diferem-se das administrativas pelo fato do empreendedor ser um profissional que não está preocupado somente com os níveis de hierarquia, números e cálculos aritméticos. O empreendedor possui características extras que vai além dos atributos administrativos, que somados a características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de novos negócios. (DORNELAS, 2008).

Para Schmidt e Bohnenberger (2009), a formação do perfil do empreendedor deve envolver eficácia, assumir riscos calculados, planejamento, detectar

oportunidades com facilidade e agilidade, persistência, sociabilidade, inovação e liderança. No entanto não existe perfil ideal, os empreendedores podem ser gregários, analíticos, intuitivos, cautelosos ou ousados. (BHIDE, 2002).

Uma pesquisa feita pela Organização das Nações Unidas (ONU) sobre o perfil do empreendedor, levantou as dez principais habilidades empreendedoras: ter persistência; mostrar comprometimento; preocupar-se com a qualidade; saber planejar; perceber as oportunidades; buscar as informações corretas e necessárias; estabelecer uma boa rede de contatos; ter conhecimento de sua atividade e de sua capacidade; estabelecer níveis de independência profissional/pessoal e ser persuasivo (MIRSHAWKA, 2004).

No entanto, não basta o empreendedor possuir características e perfil se ele não se aprimorar e buscar qualificações pessoais e profissionais. Dolabela (1999) salienta que o empreendedor deve seguir oito passos para aperfeiçoar suas habilidades empreendedoras, são elas:

- Desenvolver o conceito de si: identificar as características e objetivos pessoais, pontos fortes e pontos fracos em relação à atividade empreendedora;
- Perfil empreendedor: desenvolver e aprimorar o perfil pessoal como empreendedor. Saber usar as características pessoais para obter sucesso na atividade empreendedora, ou seja, comparar as características pessoais com as profissionais;
- Aumento da criatividade: aprender estimular a capacidade, inovar criando vantagem competitiva para seu produto e serviço;
- Processo visionário: desenvolver visão para estar apto a gerar uma ampla idéia do negócio, e aprender a identificar e gerar oportunidades;
- Construir uma rede de relações: planejar e iniciar a criação da própria rede de relações para o suporte ao processo visionário e ao negócio;
- Avaliação das condições para iniciar o Plano de Negócios: saber avaliar a própria maturidade para começar a elaborar o Plano de Negócios;
- Concluir a elaboração do Plano de Negócios: fazer o Plano de Negócios da própria empresa e,
- Capacitação para negociar e apresentar uma idéia: saber estruturar a apresentação das idéias saber vendê-las e apresentar o Plano de Negócios.

Caird (1991 apud Russo; Sbragia, 2007) apresenta o resultado de um teste o qual desmembra todas as características empreendedoras em cinco dimensões,

identificando em seu estudo que os empreendedores de maior sucesso tinham altos scores em cada uma das características, as dimensões são: a) necessidade de realização; b) necessidade de autonomia; c) tendência criativa; d) propensão a riscos e e) impulso e determinação.

Em sua obra *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*, Dornelas (2008) destaca três importantes mitos sobre os empreendedores são eles:

- Mito 1: os empreendedores são natos, eles nascem para o sucesso: na realidade qualquer pessoa pode ser ou se tornar um empreendedor. O empreendedor até nasce com um elevado nível de desenvoltura estratégica, mas em outros casos não. Ele sabe traçar metas, sabe planejar e busca acumular experiências, contatos e aprimoramento com o passar dos anos.
- Mito 2: empreendedores são profissionais que assumem riscos altíssimos: o empreendedor certamente assume riscos como qualquer outro profissional, mas ele tem a desenvoltura e capacidade de calcular esses riscos e de evitá-los quando desnecessários. Outro ponto importante sobre este mito é que o empreendedor compartilha os riscos com outros profissionais, ou seja, ele fraciona os riscos em partes menores, facilitando o resultado desejado.
- Mito 3: os empreendedores são solitários e não conseguem trabalhar em equipe: engano de quem pensa assim, pois os empreendedores são ótimos líderes, possuem ampla capacidade de formar e liderar equipes, bem como se relacionar com os colegas de trabalho, parceiros, fornecedores, clientes e muitos outros.

Até alguns anos atrás muitos autores traziam em suas obras que o empreendedor era um profissional nato, ou seja, nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso. Porém foi apresentado anteriormente que isto é um mito, pois hoje novos estudos formados por grandes autores mostram que o processo empreendedor também pode ser ensinado e adquirido por qualquer pessoa e que o sucesso é fruto decorrente de uma gama de fatores, incluindo sua formação, sua capacidade e sua maneira de vislumbrar o ambiente a sua volta.

Força de vontade apenas não basta. O empreendedor sabe que há muito trabalho pela frente, por menor que seja a estrutura de sua empresa. E há de fato muito a ser feito... O comportamento empreendedor precisa ser praticado porque aprende-se muito mais fazendo. Absorve-se apenas o que se quer, e quanto maior a ligação entre o que se aprende e o que já se sabe muito melhor será a aprendizagem (TACHIZAWA; FARIA, 2004, p. 26).

Independente do empreendedor ser nato ou ser capacitado para tal profissão, eles sempre serão referências de sucesso e êxito profissional. Buscar

aperfeiçoamento profissional através de formações acadêmicas, capacitações profissionais e cursos de especialização certamente ajudarão no enriquecimento e no fortalecimento do seu perfil profissional,

Hoje ser empreendedor é ser um agente capaz de transpor as brechas de mercado e, conseqüentemente, usufruir, em condições privilegiadas e de vantagens pessoais e profissionais advinda de sua habilidade e capacidade, pois o empreendedor é dotado de uma capacidade de associar e de complementar o conjunto ideal de insumos necessários a um determinado processo produtivo. Isto sim é ser empreendedor: ousar e ousar.

OS FATORES QUE MOTIVAM O EMPREENDEDOR NA CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS

A decisão de tornar-se empreendedor pode surgir por acaso ou pode ter sido decorrente de um período de maturação e planejamento da abertura de um negócio próprio podendo sofrer influências por fatores motivacionais e ou por influências do mercado.

O processo de motivação ocorre devido a intercomunicação de vários elementos responsáveis pela formação de um desejo ou de um sonho, a qual irá mobilizar todo o organismo em busca de uma resposta para a liberação daquela energia concentrada. “Em termos de comportamento, a motivação pode ser conceituada como esforço e tenacidade exercidos pela pessoa para fazer algo ou alcançar algo” (CHIAVENATO, 1994, p. 165).

Em outra definição Kotler diz:

[...] a pessoa tem muitas necessidades em qualquer momento. Algumas dessas necessidades são biológicas, originadas de estados de tensão como fome, sede ou desconforto. Outras são psicológicas originadas da necessidade de reconhecimento, de auto-estima ou de relacionamento. Grande parte dessas necessidades não são tão forte a ponto de motivar a pessoa a agir em um determinado momento. Elas só se tornam um motivo quando aumentam de intensidade. O motivo (impulso) é uma necessidade com tal grau de intensidade que eleva a pessoa a tentar satisfazer-se. (KOTLER; ARMSTRONG, 1999, p. 103).

Portanto, praticar e desenvolver o empreendedorismo oferece alto grau de realização pessoal, ou seja, o empreendedor passa a ser motivado pela liberdade de ação, tendo consciência plena de que o sucesso depende muito de seu trabalho, perspicácia nos negócios e dedicação profissional. (DOLABELA, 1999).

As motivações para tornar-se um empreendedor advêm de ordem pessoal, sócio-profissional e econômica (o desejo de crescimento e lucro). A conjugação desses três fatores traz a tona três grandes motivações: o desejo de autonomia, esfera em que predominam os empreendedores que experimentaram alto grau de subordinação familiar e profissional; desejo de realização pessoal, categoria na qual encontram-se empreendedores que enfrentaram grandes obstáculos no início de suas carreiras profissionais, os quais inibiram sua criatividade; e, finalmente, o desejo de status e poder, que abrangem os empreendedores, que nas suas experiências profissionais anteriores, tiveram frustradas suas expectativas de promoção e, conseqüentemente suas aspirações sociais prejudicadas. (RODRIGUES, 2002, p. 17).

Para Chiavenato e Sapiro (2003) o empreendedor é visto como um articulador de mudanças e que possui características diferenciadas no mercado e que são impulsionados pela necessidade de realização pessoal e profissional, pois gostam de competir com altos padrões de excelência e preferem ser pessoalmente responsáveis por tarefas e objetivos que atribuem a si próprios.

Para Dornelas (2008) outros fatores também podem motivar o empreendedor na criação do seu próprio negócio, são eles: fatores externos, ambientais, sociais, aptidões pessoais ou a somatória de todos esses elementos, ou seja, o processo empreendedor inicia-se quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio.

Esses fatores envolvem um conjunto de ações que quando reunidas formam o sonho, o desejo do empreendedor. A obtenção de uma idéia ou de uma oportunidade pressiona o profissional a planejar, a pesquisar e dar os primeiros passos na criação de seu empreendimento. Pois ter uma idéia inovadora e diferenciada coloca o empreendedor em um patamar de prestígio e, quando essa idéia está associada aos fatores de realização pessoal, o empreendedor está mais preparado e mais impulsionado na realização de seu projeto.

Bhide (2002) salienta que a idéia do empreendimento deve incorporar a visão de onde o empreendedor deseja chegar e não de onde ele está no momento. Os empreendedores planejam suas estratégias descartando idéias de baixo potencial e refinando seus estudos, devendo estar familiarizado com os fatos necessários para determinar se é uma idéia de méritos. Para isto a estratégia deve ser atrativa e deve ter potencial para gerar lucros, seja ela decorrente da inovação ou da diferenciação de produtos e serviços já existentes. (DOLABELA, 1999).

O passo seguinte é a formulação de um Plano de Negócios, ou seja, é a fase onde o empreendedor irá colocar todas suas idéias, metas e projeções no papel.

Almeida (2008) salienta que a organização de um Plano de Negócios é a forma mais clara de se demonstrar o planejamento das etapas pertinentes ao empreendimento. A princípio o Plano de Negócios pode ser utilizado para fornecer declaração de metas e estratégias da empresa ou para colaborar no desenvolvimento do relacionamento com pessoas externas a organização, que podem colaborar para que esta atinja seus objetivos (LONGENECKER et al., 2007).

Traçar estratégias é fácil, o difícil é o empreendedor mensurar as táticas para essas estratégias. O segredo para a transformação de boas idéias em negócios aparece no dia a dia da empresa. Por este motivo existem empreendedores que não avaliam projeções numéricas em planos de negócios, pois preferem observar as pessoas que estão envolvidas com os processos de *start-up* dos negócios. (ROCK, 2002).

A formulação de idéias em novos empreendimentos tornou-se oportunidade para todos. Hoje o trabalho do empreendedor tem ampla dimensão e abrange todos os níveis e áreas do conhecimento, seja ele um empreendedor jovem maduro ou portador de uma gama e vasta experiência profissional,

Os dados do Global *Entrepreneurship Monitor (GEM)* mostram a importância dos jovens empreendedores para a criação de novas empresas. No Brasil, por exemplo, em 2006, 54% das empresas que estavam em fase de implementação e 57% das empresas com menos de 42 meses de vida tinham à sua frente empreendedores com menos de 35 anos (SCHLEMM et al., 2007 apud BORGES; FILION; SIMARD, 2008).

Além do papel que os jovens empreendedores já realizam na criação de novos negócios, é possível que nos próximos anos um número ainda maior passe a escolher como opção de carreira, ser dono do seu próprio negócio. Isso porque o incentivo ao empreendedorismo é uma das estratégias que os agentes públicos estão utilizando para reduzir o desemprego.

Hoje as tendências de emprego tomaram novos formatos, observam-se grandes mudanças quanto aos estilos e ofertas de emprego, isso não significa, que a oferta de empregos está chegando ao fim, mas apenas que houve uma mudança na dinâmica das novas tecnologias ocasionando impacto na sociedade e na própria natureza do trabalho. Um exemplo prático, para melhor compreender este fator é que já não é mais preciso trabalhar dentro de uma indústria com ambiente físico; hoje com a tecnologia disponível é possível desempenhar várias atividades em

qualquer lugar que esteja, basta estar conectado a um sistema de rede, com acesso a todas informações necessárias.

Diante de toda essa conjuntura referente às novas tendências de emprego, Mirshawka (2004) caracteriza o empreendedorismo como a solução para a geração de novos empregos. Segundo o autor a falta de emprego provoca comportamento hostil na sociedade, desmoraliza os jovens e causa extremismo político e falta de civilidade.

Atualmente o Governo Brasileiro tem se empenhado em criar estímulos ao pequeno empresário-empendedor, um dos órgãos mais bem vistos no país é o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas), e um de seus mais influentes projetos é o EMPRETEC, que tem como objetivo estimular o desenvolvimento de novos empreendedores no Brasil. Existem também outros projetos como, por exemplo, o Programa Pró Jovem Trabalhador, apoiado pelo Governo, através do Ministério do Trabalho que tem o intuito de preparar os jovens para o mercado de trabalho e para ocupações alternativas de geração de renda (BULGACOV, et al., 2011).

Diante de tantos benefícios e estímulos advindos do processo empreendedor vale ressaltar os inúmeros benefícios que a sociedade adquire com o trabalho destes profissionais, pois eles não estão preocupados somente com os ganhos monetários os empreendedores se preocupam também com os fatores sociais, ambientais e culturais, desta forma o estímulo na formação de novos empreendedores é benefício tanto para o próprio profissional quanto para a sociedade de maneira geral.

Assim, um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas, torna-se motivado e impulsionado a cada vez mais traçar objetivos e projetos, a fim de sempre desempenhar um papel empreendedor em prol da sociedade.

CONCLUSÃO

Diante do que foi exposto neste artigo e como finalização, conclui-se que o empreendedor é um profissional que possui grande desejo de realização profissional

e pessoal, portanto entende-se porque os empreendedores sentem-se tão motivados em realizar algo que foi almejado, planejado e estudado com tanto cuidado.

A motivação e o desejo de realização são elementos chave que o impulsiona a sempre realizar algo novo em prol da sociedade. E, seu desejo de cumprir tarefas, de superar seu próprio potencial e alcançar resultados de êxito faz com que o empreendedor se torne um profissional indispensável não apenas para o sucesso de qualquer nova empresa, mas também de se tornar um exímio empreendedor.

Desta forma o empreendedor torna-se capaz de criar projetos e empreendimentos que o condicione na busca pela sua realização pessoal, superando os aspectos meramente organizacionais, visando perspectivas de inserção no ambiente social e integrar-se facilmente nos mais complexos segmentos empreendedores em prol da sociedade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, R. V. **O guia do jovem empreendedor**. São Paulo: Viena, 2008.

BHIDE, A. Como os empreendedores constroem estratégias que dão certo. In: HARVARD BUSINESS REVIEW. **Empreendedorismo e estratégia**. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BORGES, C.; FILION, L. J.; SIMARD, G. Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, p. 39-63, nov/dez., 2008.

BULGACOV, Y. L. M. et al. Jovem Empreendedor no Brasil: a busca do espaço na realização ou a fuga da exclusão. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro: p. 695-720, maio/jun., 2011.

CHIAVENATO, I.; **Gerenciando pessoas**: o passo decisivo para a administração participativa. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

LEITE, E. S.; MELO, N. M. Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba: v. 16, n. 31, p. 35-47, nov., 2008.

LONGENECKER, J. G. ; et al. **Administração de pequenas empresas**. 13. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

MIRSHAWKA, V. **Empreender é a solução**. São Paulo: DVS Editora, 2004.

PEDROSO, J. P. P.; NAKATANI, M. S. M.; MUSSI, F. B. A relação entre o jeitinho brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo: v. 10, n. 4, p. 100-130, jul/ago., 2009.

ROCK, A. Estratégia versus táticas de um capitalista,.In: HARVARD BUSINESS REVIEW. **Empreendedorismo e estratégia**. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

RODRIGUES, M. A. F. **Elementos motivadores para a criação do próprio negócio**. 2002. 47 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Curso de Pós Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

RUSSO, R. F. S. M.; SBRAGIA, R. Tendência empreendedora do gerente: uma análise de sua relevância para o sucesso de projetos inovadores. **Revista Gestão de Produção**, São Carlos: v. 14, n. 3, p. 581-593, set.-dez., 2007.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **RAC**, Curitiba, v. 13, n. 3, p. 450-467, jul./ago., 2009.

TACHIZAWA, T.; FARIA, M. S. **Criação de novos negócios: gestão de micro e pequenas empresas**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004.