

PERSPECTIVAS DAS PESSOAS COM RELAÇÃO À ATIVIDADE EMPREENDEDORA

PROSPECTS OF PERSONS WITH REGARD TO THE ENTREPRENEUR ACTIVITY

VANDER LUIZ DA SILVA, CAMILA MARIA ULLER, GIOVANA DEFENDI DE OLIVEIRA, ANA PAULA KOZECHEN, RUBYA VIEIRA MELLO CAMPOS

Para obter mais informações sobre este estudo, ou para contato com os autores, escreva para: secretaria@conbrad.com.br

Secretaria do CONGRESSO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO. Rua Marcílio Dias, 1290, sala 502. Maringá, Paraná, Brasil. CEP: 87050.120.

Recebido em 21/01/2015. Aceito para publicação em 03/02/2015

RESUMO

Acreditava-se no passado que o empreendedor era aquele indivíduo que nascia com um diferencial para os negócios. Entretanto, com o passar dos anos, constatou-se que o processo empreendedor pode ser ensinado a qualquer indivíduo, uma vez que o sucesso, o perfil do empreendedor e como o mesmo administra as adversidades, são decorrentes de fatores internos e externos inerentes ao negócio. Porém, a cada dia novos negócios são iniciados e estes, nem sempre alcançam o sucesso esperado. Assim, a pesquisa tem como objetivo identificar o interesse das pessoas em criar um negócio e tratar das perspectivas que as mesmas apresentam com relação à prática de empreender. Para tanto, utilizou-se o método de abordagem qualitativo, pois foi aplicado um questionário a uma pequena parcela de pessoas, moradoras do município de Campo Mourão/Pr. A partir da análise e organização das informações obtidas, os resultados mostraram que a maioria das pessoas pensa, em algum momento em criar um negócio próprio. E que, existem fatores que influenciam um negócio, como o planejamento, recursos financeiros, conhecimentos técnicos, entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, negócios, perfil empreendedor.

ABSTRACT

It was believed in the past that the enterprising was who was born with a differential for business. However, over the years, it was found that the business process can be taught to anyone, because of the success of the entrepreneurial's profile and how he/she manages the adversities, are caused by internal and external factors inherent in the business. However, every day new businesses are started and these do not always achieve the expected success. Thus, the research aims to identify people's interest in creating a business and dealing about prospects that they present to the practice of entrepreneur. For this, we used the method of qualitative approach, because a questionnaire

was applied to a small portion of people, living in the city of Campo Mourão/Pr. From the analysis and organization of information obtained, the results showed that most people think, at some time in creating their own business. And that there are factors that affect a business, such as planning, financial resources, technical expertise, among others.

KEYWORDS: Entrepreneurship, business, entrepreneurial's profile.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um termo bastante novo, principalmente no que se refere aos brasileiros. Este teve início no país a partir dos anos 90 e, passou a se expandir com o processo de privatização de empresas estatais e a abertura do mercado interno (OLIVEIRA, 2012).

A cada dia novos negócios são criados, porém, nem sempre alcançam o sucesso esperado, podendo ser fechados em um curto período de tempo (PELLISSARI, 2011).

Tonori & Riguetti (2010) ressaltam que para alcançar o sucesso no mercado global é necessário que as pessoas tenham um espírito empreendedor. Chiavenato (2004) relata que um administrador de empresas necessita saber desenvolver seu espírito empreendedor para conduzir sua organização rumo à competitividade.

De acordo com Boneli & Riguetti (2011), o mercado de trabalho está cada vez mais voltado para o aproveitamento de profissionais que possuem um perfil empreendedor.

Segundo Malheiros, Ferla & Cunha (2005), a viabilidade de uma empresa depende basicamente de um empreendedor, podendo o mesmo ser determinante no sucesso dos negócios. Nesses ambientes, o empreendedor vem ganhando espaço, funcionando como fonte para o

sucesso empresarial e geração de novos empregos (SILVA *et al.*, 2008).

Esta pesquisa tem como objetivo identificar o interesse de pessoas em criar um negócio, bem como tratar das perspectivas que elas apresentam com relação à prática de empreender. A mesma está dividida em 6 seções. Primeiramente é contextualizada e o seu objetivo é apresentado. Posteriormente, a Revisão de Literatura e as Teorias gerais sobre o empreendedorismo são descritas. Em seguida, apresentam-se a Metodologia e, os Resultados e discussões. Por fim, estão as considerações finais.

2. MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa classifica-se quanto aos fins, como descritiva, pois são descritas as características de pessoas envolvidas no estudo, e, explicativa, pois apresenta certa ambientalização e explicação do procedimento prático. Quanto aos meios, a pesquisa classifica-se, como bibliográfica e virtual, já que foram consultados livros, revistas e documentos eletrônicos.

O método de abordagem utilizado foi o qualitativo, devido à aplicação e avaliação de questionário e, a descrição de todo o estudo. Para Santos (2002), o questionário tem como característica principal a interrogação direta de pessoas sobre um determinado assunto.

Dessa forma, aplicou-se um questionário a 56 pessoas, diferentes características, como gênero, idade, formação e profissão. Para tanto, foi utilizado o critério de amostragem, sendo selecionadas pessoas moradoras em diferentes regiões do município de Campo Mourão/Pr.

O questionário utilizado foi organizado como mostra a Figura 1.

INFORMAÇÕES PESSOAIS	INFORMAÇÕES SOBRE EMPREENDEDORISMO
1. SEXO () M. () F.	1. Possui um negócio próprio? () Sim. Qual segmento: _____ () Não, se não:
2. IDADE: _____	- Deseja abri-lo algum dia? () Sim () Não () Talvez () Não sabe
3. FORMAÇÃO () Ensino Fundamental; () Ensino Médio; () Ensino Superior.	- Em qual segmento? _____
4. PROFISSÃO: _____	2. Na sua opinião, qual a principal barreira em abrir e manter um negócio? () Falta de recursos; () Impostos; () Ausência de conhecimentos técnicos sobre o negócio; () Falta de Planejamento; () Outros: _____
	3. Cite uma característica que você acha que uma pessoa precisa ter para ser um empreendedor. _____

Figura 1. Modelo de questionário empregado na pesquisa.

Ao término da aplicação dos questionários, os dados obtidos foram analisados e, posteriormente, organi-

zados em forma de gráficos, expostos na quinta seção do artigo.

Perspectivas relacionadas ao empreendedorismo

Para o desenvolvimento da pesquisa foi aplicado um questionário a 56 pessoas, moradoras no município de Campo Mourão/Pr. Cobra (2005) relata que as pessoas podem ser divididas em grupos de acordo com a idade, sendo eles: Recém-nascidos de 0 a 3 meses, Bebês de 3 meses a 2 anos, Crianças de 2 a 13 anos, Jovens de 14 a 25 anos, Adultos de 26 a 45 anos e de 46 a 65 anos e, Senhores com idade acima de 65 anos. Assim, de acordo com o autor foram entrevistados jovens e adultos.

3. DESENVOLVIMENTO

A revisão de literatura focou-se na busca de trabalhos, realizada no Portal *Capes* e sites especializados em pesquisas. As palavras-chave empregadas para tal busca foram: Empreendedorismo, Perfil empreendedor, Características empreendedoras, entre outras.

Paulino & Rossi (2003) realizaram um estudo sobre o perfil do empreendedor. Para isto, entrevistaram e submeteram a teste psicológico 20 proprietários de negócios, de diferentes segmentos. Com os resultados, identificaram algumas características comportamentais que contribuem no desenvolvimento do perfil empreendedor.

Correa (2009) realizou um estudo em uma empresa de princípios sustentáveis e inovadores. A partir do estudo o autor verificou o perfil de um empreendedor que busca a sustentabilidade em suas ações, tendo em vista os inúmeros problemas ambientais e a atual situação do planeta Terra.

Tonoli & Riguetti (2010) abordaram em seu trabalho as características do empreendedor. Já Liebert (2008) diagnosticou na prática, algumas das principais características comportamentais e funcionais de um empreendedor, citadas na teoria por *McClelland*, a partir de um estudo de caso realizado em uma empresa de edificações.

Barros *et al.* (2006), apresentaram algumas narrativas da história de vida de empreendedores de sucesso, do setor de turismo. Enquanto que Mota, Santos e Silva (2004) apresentaram histórias de mulheres empreendedoras de sucesso, que realmente fizeram a diferença no meio onde vivem.

Barbosa *et al.* (2011) relataram em seu trabalho três estudos de caso, elaborados a partir de entrevistas semi-estruturadas direcionadas aos empreendedores do gênero feminino. Os autores delinearão os segmentos dos negócios analisados, os perfis das empreendedoras e as

situações do dia-a-dia enfrentadas pelas mesmas.

A Revisão de literatura contribuiu para com o desenvolvimento desta pesquisa, possibilitando uma visão mais ampla sobre o presente tema, neste caso, o empreendedorismo.

Empreendedorismo

O termo empreendedorismo possui uma definição muito complexa, devido às inúmeras contribuições oriundas da psicologia e sociologia (OLIVEIRA, 2012).

Dornelas (2008) define empreendedorismo como: “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”.

Segundo Lenzi *et al.* (2010), empreendedorismo é um conjunto de ações que possibilita a uma pessoa alcançar resultados, satisfazendo suas intenções. Já Tonori & Riguetti (2010) caracterizam o empreendedorismo como a arte de criar novos negócios e liderar projetos.

Do ponto de vista da sociologia e psicologia, o empreendedorismo é visto como uma forma de realização humana, em que os sonhos de uma pessoa são transformados em realidade (SALIM & SILVA, 2011).

No empreendedorismo, o empreendedor assume um importante papel. Este para Fillion (2010 apud. LENZI *et al.*, 1999) é aquela pessoa imaginativa, caracterizada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos.

Um empreendedor pode produzir bens ou serviços em uma organização, com ou sem fins lucrativos, atuando na tomada de decisões que irão nortear o futuro do negócio (NASCIMENTO *et al.*, 2010). Neste caso, o empreendedor necessita ter percepção, direção, dedicação e muito trabalho (DORNELAS, 2008).

O que pode caracterizar um empreendedor ser ou não de sucesso é uma série de elementos que o torna capaz de montar um negócio de sucesso (OLIVEIRA, 2010). Para a autora, existem duas formas de empreendedor. Enquanto um nasce com o dom de empreender negócios, o outro adquire no decorrer de influências oriundas do ambiente em que vive, como o meio familiar.

Contudo, existem barreiras que interferem no sucesso do empreendedor, pois impedem que o negócio alcance êxito, sendo elas: senso de individualidade, impulsividade, senso de independência, excesso de autoconfiança, falta de controle, entre outras (MOTA; SANTOS; SILVA, 2004).

Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo iniciou-se no Brasil nos anos 90, após a expansão da economia no país, passando a se desenvolver a partir de mudanças no mercado, resultando em um país repleto de novos empreendedores (BISPO *et al.*, SD). Segundo Silveira *et al.* (2007), com essas mudanças, as empresas precisaram se adequar, já que

anteriormente, o termo empreendedor não era conhecido, sendo restrito o número de micro e pequenas empresas existentes, principalmente devido o ambiente político e econômico do país não ser favorável.

Com a abertura da economia, surgiram-se no país novas entidades, com o papel de apoiar o desenvolvimento de empreendimentos, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), destinado a dar todo o suporte necessário para a abertura de empresas, bem como acompanhar, por meio de consultorias, o desenvolvimento de problemas existentes no negócio (OLIVEIRA, 2012).

Mota, Santos & Silva (2004) ressaltam que o empreendedorismo tem despertado cada vez mais a sociedade brasileira, porém, isto só tem se tornado possível graças à formação de incubadoras de empresas e palestras ministradas em instituições do ensino superior.

Pensando no ambiente empreendedor, o Brasil executa diversas ações, impulsionando cada vez mais a população a empreender. Dentre elas, o programa “Brasil Empreendedor”, do Governo Federal, que coordena a capacitação de empreendedores em todo país e, o movimento de incubadoras de empresas no país (DORNELAS, 2008). Para Oliveira (2012), essas ações são de suma importância para o desenvolvimento do empreendedorismo brasileiro e de seus empreendedores, além de ser fundamental para a economia do país.

Perfil do empreendedor

Salim & Silva (2010) ressaltam que, não existe um perfil padrão de um empreendedor, mas verificam-se algumas características bem frequentes, como: busca de oportunidades e iniciativa; persistência; aceitação de riscos (calculados); exigência de eficácia, eficiência e qualidade; comprometimento com o trabalho; trabalho baseados em metas; busca de informações contínuas; monitoramento e planejamento sistemático; persuasão; independência e autoconfiança. Para Schmidt & Bohnenberger (2009), o perfil empreendedor pode ser identificado por meio da autoeficácia, capacidade de assumir riscos calculados, planejamento, diagnóstico de oportunidades, persistência, inovação e liderança.

De maneira geral, os empreendedores são peritos em identificar, explorar e comercializar oportunidades; assumem perfeição na arte de criar produtos ou processos; pensam de forma diferente; têm visão; gostam de correr riscos; aceitam o insucesso e; costumam ser observadores (RODRIGUES, 2008).

Andrade (2010) pondera algumas características comportamentais do empreendedor sem que haja, necessariamente, uma ordem de importância entre elas. Para o autor, existem habilidades mais relevantes na formação da atitude empreendedora, sendo elas: habilidade para detectar oportunidades; habilidade para correr riscos calculados; paixão por resultados; perseverança e

determinação; foco nas metas; habilidade de planejar; raciocínio sistêmico; pensamento criativo; otimismo realista e espírito competitivo e; relacionamento interpessoal. Rodrigues (2008) inclui entre essas características a empatia, integridade, empenho, capacidade de trabalho, independência, curiosidade, entre outras.

Segundo Kiyosaki & Lechter (2011), as melhores características que definem o verdadeiro empreendedor são a criatividade e a capacidade de realizar coisas que vão além de seus próprios recursos.

Há características do empreendedor nato que as empresas consideram importantes, como a capacidade de enxergar todos os ângulos de uma questão, a facilidade para criar redes de contatos e a preocupação quase paranoica com custos (GEHRINGER & JUCÁ, 2004).

Diferença entre empreendedor e administrador

Entre o final do Século XIX e início do Século XX, os empreendedores eram confundidos com os administradores tradicionais. Eles eram analisados no ponto de vista econômico, ou seja, como aqueles que pagam contas, planejam, dirigem e controlam funcionários (DORNELAS, 2008).

Segundo Chiavenato (2004), o empreendedor é aquele que envolve a introdução de mudanças na produção, enquanto que, o administrador envolve coordenação do processo produtivo de uma organização. Dornelas (2009) relata que além dos atributos de um administrador, o empreendedor possui características extras, permitindo que o mesmo realize a inovação em organizações.

Filion (2000) diferencia os sistemas de atividades coordenados entre administradores e empreendedores, como pode ser observado no Quadro 1.

Quadro 1. Diferenças nos sistemas de atividades entre administradores e empreendedores.

Administradores	Empreendedores
Trabalham com eficiência e utilizam os recursos disponíveis para atingir metas e objetivos	Estabelecem objetivos e identificam os recursos para torná-los em realidade
A chave é adaptar-se às mudanças	A chave é iniciar as mudanças
O padrão de trabalho implica na análise racional	O padrão de trabalho implica imaginação e criatividade
Operam nas dependências da estrutura de trabalho existente	Definem tarefas e funções que criem uma estrutura de trabalho
Trabalho centrado em processos, considerando o ambiente que o mesmo se desenvolve	Trabalho centrado na criação (produtos, serviços e processos) resultante de uma visão diferenciada do ambiente

Fonte: Filion (2000).

Enquanto que no Quadro 2, é apresentada, sob diversos aspectos, a diferença entre gerentes tradicionais (administradores) e empreendedores.

Quadro 2. Comparação entre gerentes tradicionais e empreendedores.

Tema	Gerentes tradicionais	Empreendedores
Motivação principal	Promoções e outras recompensas tradicionais da corporação, como <i>status</i> e poder	Independência e oportunidade para criar algo novo, bem como ganhar dinheiro
Referência de tempo	Curto prazo, gerenciando orçamentos semanais, mensais e com horizonte de planejamento anual	Sobreviver e atingir cinco a dez anos de crescimento do negócio
Atividade	Delega e supervisiona	Envolve-se diretamente
<i>Status</i>	Preocupa-se com <i>status</i> e como é visto na empresa	Não se preocupa com <i>status</i>
Como vê o risco	Com cautela	Assume riscos calculados
Falhas e erros	Busca evitar erros e surpresas	Aprende com erros e falhas
Decisões	Geralmente concorda com seus supervisores	Segue seus sonhos para tomar decisões
A quem serve	Aos seus supervisores	A si próprio e a seus clientes
Histórico familiar	Membros da família trabalham em grandes empresas	Membros da família possuem pequenas empresas ou já criaram algum negócio
Relacionamento com outras pessoas	A hierarquia é a base do relacionamento	As transações e acordos são a base do relacionamento

Fonte: Hirsch (1998 apud DORNELAS, 2008).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com os resultados obtidos por meio do questionário, foi possível plotar os dados e construir um gráfico para melhor visualização das informações, como mostra a Figura 2.

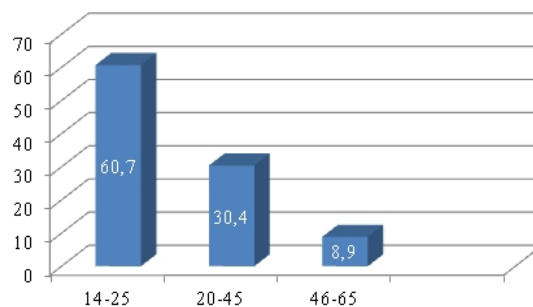


Figura 2. Representação da faixa etária dos entrevistados. Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir da Figura 2 observou-se que os jovens assumiram maior participação na pesquisa, correspondendo 60,7%, sucedendo os adultos, com 30,4%.

Dos entrevistados, 33,93% são homens e 66,07% mulheres. Desses, apenas 7,14% possuem um negócio.

Quanto aos entrevistados que não possuem um negócio próprio, levantou-se um questionamento sobre o in-

teresse dos mesmos, em algum momento, criar seu próprio negócio. O resultado obtido está exposto na Figura 3.

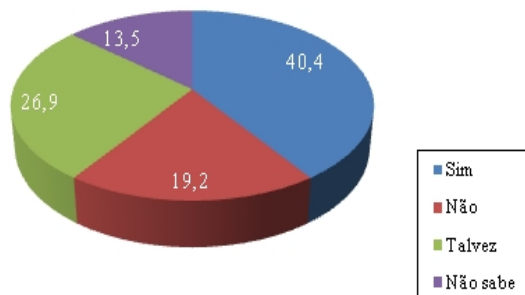


Figura 3. Interesse dos entrevistados em criar um negócio. **Fonte:** Elaborado pelos autores.

Nota-se que a maioria dos entrevistados tem interesse em criar um negócio próprio (40,4%). Em seguida, encontram-se aquelas que possuem dúvidas quanto à criação ou não de um negócio (26,9%). Posteriormente, estão as pessoas que não almejam ter um negócio e afirmam não terem interesse em criá-lo (19,2%). Por fim, algumas pessoas não souberam responder tal questionamento (13,5%).

Ao ser relatado sobre interesse em criar um negócio próprio (sim e talvez) 74,3% dos casos têm relação direta entre o segmento do negócio desejado e a profissão atual do entrevistado. Além disso, o segmento do negócio variou muito de uma pessoa para outra, ou seja, enquanto algumas apresentaram preferências por processamento de alimentos, por exemplo, outras optaram pela prestação de consultorias.

Com o intuito de identificar os principais fatores que influenciam tanto na inserção como permanência de micro e pequenas empresas no mercado, foi direcionado aos entrevistados tal questionamento. O resultado obtido pode ser visualizado na Figura 4.

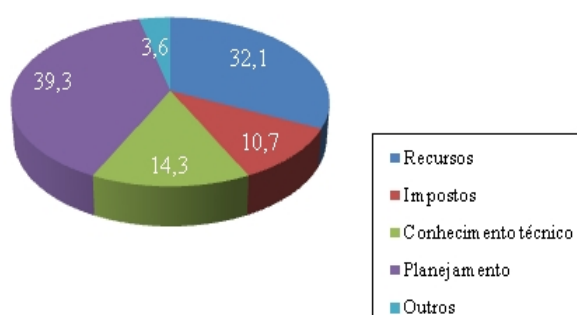


Figura 4. Fatores que influenciam na inserção e permanência de um negócio no mercado, segundo as perspectivas dos entrevistados. **Fonte:** Elaborado pelos autores.

A partir da Figura 4, nota-se que o planejamento é o fator mais importante a ser considerado em um negócio (39,3%), sendo este determinante para o empreendedorismo. Sampaio (2008) define planejamento como um conjunto de ações intencionais, integradas, coordenadas

e orientadas com o intuito de tornar em realidade um objetivo futuro, possibilitando a tomada de decisões antecipadamente. Oliveira (2011) ressalta que o empreendedorismo e o planejamento devem caminhar juntos. Para Boneli & Riguetti (2010), o planejamento é realizado diariamente pelo empreendedor.

Posteriormente, apresentam-se os recursos financeiros (32,1%). Segundo os entrevistados, é difícil criar um negócio sem que haja capital disponível. Contudo, permanecer no mercado é praticamente impossível, já que, de maneira geral, um negócio gera gastos, como custos diretos e indiretos, despesas, perdas e investimentos.

Quanto ao conhecimento técnico (14,3%), percebe-se que o empreendedor necessita ter um conhecimento específico com relação ao segmento de seu negócio, ou seja, seria complicado manter no mercado, por exemplo, um negócio do segmento alimentício gerenciado por um indivíduo que possua conhecimento da área de vestuário.

Já os impostos foram considerados como outro fator inerente ao negócio, correspondendo a 10,7% dos entrevistados. Esses são cobrados por lei no país, devendo o empreendedor prestar contas, visando o cumprimento de tais regulamentações. Por fim, em menor grau de importância, por parte dos entrevistados, apresenta-se a alternativa outros. Esta corresponde a fatores não mencionados na pesquisa, contudo, citados pelos entrevistados, como a concorrência, correspondendo a 3,6%. Neste caso, a concorrência seria pelo fato do atual cenário econômico e competitivo do mercado. Assim, é preciso conquistar o consumidor, tanto pelo preço do produto comercializado, como qualidade no atendimento.

Segundo a opinião dos entrevistados, um empreendedor deve apresentar as seguintes características: criatividade; inovação; persistência; coragem; comunicação; organização; planejamento e visão. Ao serem confrontadas com as características descritas por estudiosos da área do empreendedorismo, nota-se que muitas delas estão inseridas em meio às citadas pelos entrevistados, como a criatividade, persistência, planejamento, entre outras.

5. CONCLUSÃO

Sabe-se que o Brasil é um país empreendedor, pois emprega inúmeras pessoas de um mesmo objetivo em comum, criar o negócio próprio. Contudo, criar um negócio e mantê-lo no mercado envolve diversos fatores. Neste estudo, os abordados como determinantes em um negócio foram o planejamento, recursos financeiros, conhecimento técnico e impostos. Assim, notou-se que cada pessoa tem uma visão específica com relação a algo, o que torna a pesquisa mais rica.

Ao término da pesquisa observou-se que grande parte dos entrevistados tem interesse em criar um negócio. E que, de maneira geral, o segmento do negócio possui relação direta com o trabalho atual que o mesmo exerce.

Ressalta-se que a pesquisa é de certa forma simples, pois envolveu uma pequena parcela de pessoas, moradoras do município de Campo Mourão/Pr. Porém, assume aplicabilidade e viabilidade em maiores proporções, além de ter proporcionado resultados satisfatórios.

REFERÊNCIAS

- [1] ANDRADE, R. F. Conexões empreendedoras. São Paulo: Editora Gente Livre, 2010.
- [2] BARBOSA, F. C.; CARVALHO, C. F.; SIMÕES, G. M. M.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudos de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju/Sergipe. *Revista da Micro e Pequena empresa*. Campo Limpo/Paulista, v.5, n. 7, p. 124-141, 2011.
- [3] BARROS, F. S. O.; AGUIAR, R. F. F.; ACÁCIO, G. S. O empreendedorismo como estratégia de gestão: casos de sucesso no setor turístico cearense. In: XXVI ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO (ENEGEP), 2006, Fortaleza/CE. Anais... Fortaleza/CE: Abepro, 2006. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR53_0359_7450.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2014.
- [4] BISPO, C.; SOUZA, D.; ARAÚJO, F.; CARDOSO N.; SILVA, P.; SANTOS JÚNIOR, V. R. Empreendedorismo e Inovação, SD. Disponível em: <http://www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_empreendedorismo_inovacao.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2014.
- [5] BONELI, J. J.; RIGUETTI, R. S. O empreendedorismo: suas percepções, dimensão e desenvolvimento no Brasil. *Revista Foco*, Vila Velha/ES, v. 3, n. 1, p. 1-6, 2011. Disponível em: <<http://www.novomilenio.br/periodicos/index.php/foco/article/view/19>>. Acesso em: 22 jul. 2014.
- [6] CHIAVENATO, I. Administração nos novos tempos. 2 Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- [7] COBRA, M. H. N. Administração de marketing no Brasil. 2 ed. São Paulo: Cobra, 2005.
- [8] CORREA, D. F. O Empreendedorismo sustentável como fator primordial para a sobrevivência e prosperidade organizacional: um estudo de caso sobre a empresa Goóc, 2009. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/o-empreendedorismo-sustentavel-como-fator-primordial-para-a-sobrevivencia-e-prosperidade-organizacional-um-estudo-de-caso-sobre-a-empresa-gooc/32866/>>. Acesso em: 13 jul. 2014.
- [9] DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. 3 Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- [10] _____. Empreendedorismo corporativo: Como ser um empreendedor, inovar e se diferenciar em sua empresa. 2 Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- [11] FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v. 7, n. 3, p. 2-7, 2000.
- [12] GEHRINGER, M.; JUCÁ, F. Arregace as mangas: Liberte seu espírito empreendedor. São Paulo: Papirus, 2004.
- [13] KIYOSAKI, R. T.; LECHTER, S. L. Empreendedor Rico. Tradução: Eduardo Lasserre. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- [14] LENZI, F. C. *et al.* Ação empreendedora: Como administrar o seu negócio com excelência. São Paulo: Gente, 2010.
- [15] LIEBERT, E. Características empreendedoras segundo abordagem de David McClelland: Um estudo com o proprietário da empresa brasileira de edificações (EMBRATED). 2008. 74 f. Conclusão de curso (Bacharel em Administração) – Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú.
- [16] MALHEIROS, R.; FERLA, L.; CUNHA, C. Viagem ao mundo do empreendedorismo. Florianópolis: 2005.
- [17] MOTA, A. R. S.; SANTOS, A. M.; SILVA, T. F. C. Empreendedorismo: O perfil empreendedor de mulheres de sucesso. 2004. Conclusão de curso (Especialista em Gestão Empresarial e de Pessoas) – Universidade Potiguar, João Pessoa.
- [18] NASCIMENTO, M. A. W.; RIGUETTI, R. S. Empreendedorismo. *Revista Foco*. Vila Velha/ES, n. 3, v. 1, p. 1-6, 2010.
- [19] OLIVEIRA, F. M. Empreendedorismo: teoria e prática. *Revista Especialize (IPOG)*. Goiânia/GO, n. 3, p. 1-13, 2012.
- [20] OLIVEIRA, S. Empreendedorismo e planejamento, 2011. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/soelideoliveira/empreendedorismo-e-planejamento>>. Acesso em: 21 jul. 2014.
- [21] PAULINO, A. D.; ROSSI, S. M. M. Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor: Características e traços de personalidade empreendedora. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE). 3., 2003, Brasília. Anais... Brasília: UEM/Uel/UnB, 2003.
- [22] PELISSARI, A. S.; SOUZA, J. B.; GONZALEZ, I. V. D. P.; SOUZA, S. P.; MARGOTO, J. B. Empreendedorismo: Fatores de Sucesso e Insucesso de Micro e Pequenas Empresas. In: VIII SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA (SEGeT), 2011, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: 2011.
- [23] RODRIGUES, S. Manual Técnico do Formando: “Empreendedorismo”, v. 10. Associação Nacional de Jovens Empresários e EduWeb, 2008. Disponível em: <<http://www.anje.pt/system/files/items/73/original/Empreendedorismo-v10-final.pdf>>. Acesso em: 23 jul. 2014.
- [24] SALIM, C. S.; SILVA, N. C. Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- [25] SAMPAIO, C. E. C. O que é planejamento, 2008. Disponível em: <http://page.lireed.pw/A/57000/BR_DDL_BR_Flvplayer.htm>. Acesso em: 17 jul. 2014.
- [26] SANTOS, C. J. G. Tipos de pesquisa, 2002. Disponível em: <http://gephisnop.weebly.com/uploads/2/3/9/6/23969914/tipos_de_pesquisa.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2014.
- [27] SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. *Revista de Administração Contemporânea*. Curitiba, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84012917007>>. Acesso em: 28 jun. 2014.

- [28] SILVA, S. S.; SILVA, A. M. M.; BOAS, A. A. V.; DAN, E. Características comportamentais empreendedoras: um estudo comparativo entre empreendedores e intraempreendedores. *Cadernos de Administração*. São Paulo, v. 1, n. 2, p. 1-14, 2008. Disponível em: <<http://www.cescage.com.br/ead/adm/shared/arquivos/texto-obrigatorio-modulo-12.pdf>>. Acesso em: 08 jul. 2014.
- [29] SILVEIRA, A. C.; GONCALVES, G.; BONELI, J. J.; CASTRO, N. E.; BARBOSA, P. A. Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender, 2007. Disponível em: http://www.novomilenio.br/foco/2/artigo/artigo_daniele.pdf. Acesso em 04 de jul. 2014.
- [30] TONOLI, C.; RIGUETTI, R. S. Definições e características do empreendedorismo. *Revista Foco*. Vila Velha/ES, n. 3, v. 1, p 1-8, 2010.

