

ANÁLISES DOS DESAFIOS E MOTIVAÇÕES DO MICRO EMPREENDEDORISMO: ESTUDO DE CASOS NO VALE DO PARAÍBA

Autores

Paulo Alessandro Pereira¹

Henrique Martins Galvão²

Nelson Tavares Matias³

Resumo

O presente estudo analisou os principais aspectos que envolvem o microempreendedor no recorte temporal atual. Quanto aos seus objetivos: buscou-se identificar as relações entre microempreendedor, seus desafios e motivações, deduzindo essa dinâmica por meio da análise de pequenos negócios. Em relação à metodologia, uma abordagem qualitativa por meio do estudo de casos. Para sua execução, selecionou-se uma revisão de literatura que avalia o empreendedorismo quanto aos conceitos e definições, além das principais características dos microempreendedores. Na análise e discussão verificou-se os principais aspectos do empreendedor e a idéia de empreender, crise e a influência nos negócios, diferenciais diante da concorrência e o entendimento sobre empreendedorismo. Por fim concluiu-se que empreender relaciona-se muito mais com a situação do ambiente na qual indivíduo está inserido, todavia para o sucesso é fundamental a coragem de assumir riscos.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Microempreendedor. Pequenos Negócios.

ANALYSIS OF THE CHALLENGES AND MOTIVATIONS OF MICRO ENTREPRENEURSHIP: A CASE STUDY IN THE PARAÍBA VALLEY

Abstract

This study analyzed the main aspects that involve the micro-entrepreneur in the current time frame. As for its objectives: we sought to identify the relationships between micro-entrepreneurs, their challenges and motivations, deducing this dynamic through the analysis of small businesses. Regarding the methodology, a qualitative approach through case studies. For its execution, we selected a literature review that assesses entrepreneurship in terms of concepts and definitions, in addition to the main characteristics of micro-entrepreneurs. In the analysis and discussion, the main aspects of the entrepreneur and the idea of being an entrepreneur were verified, crisis and the influence on business, differentials in the face of competition and the understanding of entrepreneurship. Finally, it was concluded that undertaking is much more related to the situation of the environment in which the individual is inserted, however, for success, the courage to take risks is fundamental.

Keywords: Entrepreneurship. Micro-entrepreneur. Small Business.

¹Mestrado profissional em Design, Tecnologia e Inovação – PPG-DTI – Unifatea. E-mail: ppaulo90@yahoo.com.br

²Doutorado em Administração pela Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo – FEA-USP e docente do Programa de Mestrado Profissional em Design, Tecnologia e Inovação – PPG-DTI do Centro Universitário Teresa D'Ávila – UNIFATEA. E-mail: galvaohm@gmail.com

³Pós-Doutorado pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP e docente na Universidade Estadual do Rio de Janeiro – UERJ e no Programa de Mestrado Profissional em Design, Tecnologia e Inovação – PPG-DTI do Centro Universitário Teresa D'Ávila – UNIFATEA. E-mail: nelson.matiaz@gmail.com

INTRODUÇÃO

De acordo com a visão de autores como Brito, Pereira e Linard (2013), Chiavenato (2007), Drucker (1998), Degen (2009), Dolabela (2008), Dornelas (2008), e Baggio e Baggio (2014), o empreendedorismo trata-se de um acontecimento de abrangência global, que emerge tanto para as organizações como para o ser humano. É um fenômeno sólido, em crescimento, e que modifica relações, no âmbito nacional e internacional. Todavia, as dificuldades decorrentes de um país em desenvolvimento com seus problemas estruturais e conjunturais minimizam as oportunidades de uma sólida carreira profissional no mercado de trabalho, o que pelo viés de importância da inovação e criatividade maximiza e contribui para prática do empreendedorismo no país. Empreendedor é aquele que modifica as estruturas por meio de inovações e tecnologias, atendendo demandas ainda não exploradas (SCHUMPETER, 1982).

Quando adotamos o Brasil como recorte geográfico para tratar de empreendedorismo, ainda que seja mais fomentado pela necessidade e condição econômica atual, o ato de empreender um novo negócio corrobora para o crescimento e com a qualificação profissional do indivíduo, além de oferecer significativa contribuição para a economia. Não somente oferecem produtos e serviços, mas mudanças, pois assumem riscos em uma economia de transição, transformação e crescimento (CHIAVENATO, 2007).

O empreendedorismo, sobretudo em tempos de crise, e principalmente em relação aos microempreendedores evidencia diversas necessidades, dentre elas manter-se inserido na economia, meio de sobrevivência, mudança no modo de trabalho, gerir e administrar o próprio negócio e a busca por novos métodos para manter-se competitivo no mercado. Assim este artigo propõe a seguinte pergunta: Quais os principais aspectos que envolvem microempreendedor neste recorte temporal? Logo, seu objetivo é identificar a relação entre microempreendedor e seus desafios e motivações.

Para compreender na prática o fenômeno do microempreendedorismo, este trabalho, por meio do estudo de casos apresenta uma análise do perfil de pequenos negócios e seus empreendedores, com o objetivo de responder a pergunta proposta e compreender as motivações do empreendedor diante da conjuntura econômica e social do país.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O empreendedorismo segundo Davidsson (2005) é sustentado em duas perspectivas de

realidade social distintas: a primeira é aquela necessária ao desenvolvimento e renovação de qualquer sociedade, portanto ampla, a segunda realidade trata-se da situação em que as pessoas, tornam-se autônomos ou gerentes/proprietários de um negócio independente. É a partir da segunda realidade que esse constructo teórico fundamenta-se, caracterizando o empreendedorismo e suas perspectivas por meio de seus conceitos e definições, e as principais nuances e características que envolvem o microempreendedor.

2.1 Conceitos e definições do empreendedorismo

Com base em Chiavenato (2007), percebe que o empreendedorismo não é simplesmente a abertura de uma nova empresa ou um novo negócio, muito além desse aspecto, é o responsável pela energia que movimenta a economia, fomenta idéias, impulsiona recursos e desenvolve talentos. Faz-se necessário ressaltar que a maioria dos estudos e pesquisas relacionadas ao empreendedorismo refere-se à área de negócios, todavia o conceito faz parte de todas as perspectivas da atividade humana.

O conceito de empreendedorismo sofreu diversas modificações ao longo do tempo, todavia sempre esteve relacionado com a capacidade de explorar o novo, exige visão holística do recorte temporal e geográfico na qual o indivíduo está inserido, seja na exploração de um produto, serviço ou em uma nova estrutura organizacional. A relação entre empreendedorismo e inovação é descrita já início do século XX por Schumpeter (1952), e permanece até os dias atuais segundo Dornelas (2014):

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo geral, um método tecnológico não experimentado para produzir um novo bem ou um bem antigo de maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova comercialização para produtos, organizando um novo setor (SCHUMPETER, 1952, p. 72).

Conforme Dornelas (2014, p. 28), o empreendedor é “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”.

Para Baggio e Baggio (2014), o empreendedorismo tem como premissas o ato de fazer acontecer com criatividade e motivação, é o despertar do indivíduo para o aproveitamento quase que total de suas potencialidades racionais e intuitivas, é um processo de aprendizado constante, com receptividade e abertura para novas experiências e novos paradigmas.

O empreendedorismo não encontra definição absoluta em termos de conceito, todavia observa-se um conceito geral de que o empreendedorismo desempenha um papel social que culmina em identificar oportunidades e transformá-las em valores econômicos. Portanto, credita-se ao empreendedorismo o entendimento de que se trata de um processo que ocorre em diferentes recortes temporais e geográficos, com significativas mudanças no sistema econômico, por meio de inovações ou oportunidades econômicas.

2.2 Principais características dos microempreendedores

O ato de empreender pode ser visto como uma forma de ser, e como já mencionado, não se resume ao ato de abrir uma empresa, mas pode permear todos os setores da sociedade, assim, para Dolabela (2008), a principal característica do microempreendedor é sonho e a busca de transformar seu sonho em realidade:

O empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar conseqüências. Em suma, alguém que acredita que pode alterar o mundo. É protagonista e autor de si mesmo e, principalmente, da comunidade em que vive (DOLABELA, 2008, p. 24).

De acordo com Drucker (1998), o dito pequeno empreendedor inicialmente não causa grandes mudanças, mas eles são os responsáveis pela capacidade de explorar as oportunidades que as mudanças criam, como por exemplo, na tecnologia, na preferência dos consumidores, nas normas sociais etc. O empreendedor busca mudanças, e a explora como oportunidade.

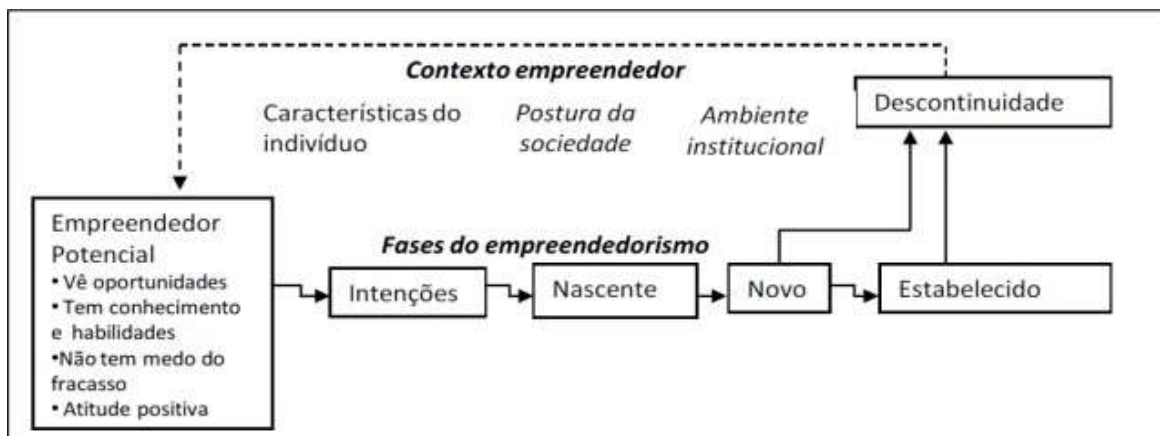
Os empreendedores podem ser separados em diversos grupos, assim de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2011), no que tange a motivação para a atividade empreendedora, ocorre à subdivisão em empreender por oportunidade e empreender por necessidade. Empreender por oportunidade é muito mais característica de países desenvolvidos, o empreendedor tem características de um visionário e sabe onde quer chegar.

Já para nossa realidade, um país subdesenvolvido e com enormes problemas estruturais e conjunturais, destaca-se o empreendedor por necessidade, na maioria das vezes iniciam o negócio de forma autônoma em razão da não possibilidade de melhores opções de obtenção de renda e ocupação, sendo o negócio próprio a única fonte de renda ou complementação. Para Dornelas (2014), o empreendedor por necessidade é aquele que busca o caminho do empreendedorismo, muito mais por falta de opção, desemprego e falta de oportunidades no

mercado de trabalho.

O Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2011), destaca ainda o caminho percorrido pelo empreendedor, desde a necessidade até estar estabelecido, ou descontinuidade, e/ou nova tentativa (Figura 1).

Figura 1 - O processo do empreendedor.



Fonte: Adaptado do Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2011).

Nesta classificação proposta pelo Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2011), os empreendedores nascentes estão na fase de estruturação de seus negócios, porém ainda não houve pagamento de salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração por mais de três meses. Quando o empreendedor está na fase “novo” já houve pagamento salários ou qualquer forma de remuneração por mais de três meses. Já os empreendedores estabelecidos, são proprietários e gestores de um negócio consolidado, na qual já houve pagamento de salários e remunerações por mais de três anos e meio.

Por fim compreende-se que o microempreendedor é aquele que toma frente de uma determinada atividade, exercendo a esmo, até formalizar-se, uma atividade que lhe aufera renda, sendo o responsável pelo seu próprio negócio (DEGEN, 2009); essa é a principal característica do pequeno empreendedor no Brasil.

3 METODOLOGIA

De acordo com Silva e Menezes (2005) metodologia é a escolha dos caminhos a serem percorridos, que conseqüentemente oferecem maior segurança e previsibilidade no desenvolvimento do trabalho. Assim o que se segue adiante é o delineamento metodológico

deste artigo.

Uma pesquisa básica do ponto de vista de sua natureza, “envolve verdades e interesses universais, procurando gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência, sem aplicação prática prevista” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 126).

Em relação ao objetivo do estudo, um trabalho de natureza explicativa, “[...] têm como preocupação central identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. Este é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade [...]” (GIL, 2002, p. 28).

Quanto à abordagem, qualitativa, pois para Silva e Menezes (2005), trata-se de coletar os dados no ambiente natural e essas informações tendem a serem analisados indutivamente pelo pesquisador. Gil (2008, p. 177) ressalta que na abordagem “[...] qualitativa importante papel é conferido à interpretação”. No que tange os procedimentos técnicos, pesquisa de natureza bibliográfica para fundamentação teórica do empreendedorismo, pois segundo Gil (2002), permite como grande vantagem ao pesquisador uma dimensão mais ampla dos fenômenos. Quanto ao empreendedorismo como prática, um estudo de casos, o que segundo Yin (2001), apresenta as seguintes características:

No geral, os estudos de caso são a estratégia preferida quando questões “como” e “porquê” estão a ser colocadas, quando o investigador tem pouco controle sobre os acontecimentos, e quando o foco está nos fenômenos contemporâneos dentro do contexto da vida real (YIN, 2001, p. 10).

Assim, de acordo com a pergunta proposta para este artigo e por intermédio do estudo de casos, a condução da pesquisa se deu por meio de um questionário aberto enviado aos empreendedores e gestores de seus negócios (Quadro 1). Para Marconi e Lakatos (2003) o questionário apresenta como vantagem: respostas mais rápidas e precisas, há maior liberdade nas respostas e mais uniformidade na avaliação, em virtude da natureza impessoal do instrumento.

Quadro 1 - Instrumento para coleta de dados.

QUESTIONÁRIO DO EMPREENDEDOR
1. Qual o ramo do seu negócio?
2. Quando e como surgiu a idéia de abrir seu negócio?
3. De que forma a crise influenciou ou influência?
4. Qual seu diferencial em relação à concorrência?
5. O que você entende por empreendedorismo?

Fonte: Adaptado pelo autor, com base em Alves *et al.* (2016).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Esta pesquisa conforme já mencionado é caracterizada como um estudo de casos, realizada em duas organizações (Quadro 2), sendo seu recorte geográfico o município de São José dos Campos – SP, ambas com a criação partindo da iniciativa de microempreendedores, os dados foram coletados por meio de questionário aberto enviado por e-mail aos respectivos proprietários/gestores.

A partir da análise das características das organizações pesquisadas, observa-se que são microempreendedores, todavia com objetivo de dar profundidade ao estudo, buscou-se uma organização com onze anos de atuação no mercado e outra fundada já em plena crise com apenas dois anos incompletos de atuação.

O que se segue adiante na análise e discussão dos resultados toma como base as questões por intermédio do questionário respondido, articulado ao referencial teórico e a pergunta de pesquisa, e as características e motivações do empreendedor neste recorte temporal.

Quadro 2 - Especificações das empresas pesquisas.

EMPRESA	RAMO	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS
E1	Moda e acessórios femininos.	. Fundada em Outubro 2016; . Possui loja física itinerante; . Atua fortemente na internet com site próprio e com as principais mídias sociais; . Possui somente o próprio empreendedor como gestor/ proprietário/ colaborador.
E2	Alimentício, hamburgueria e açai.	. Fundada em 2007; . Atendimento em loja física (espaço próprio), e delivery; . Possui, além do empreendedor/ proprietário, um colaborador fixo e um em sistema de “freelancer”.

Fonte: O autor - com bases nos questionários respondidos.

4.1 Ramo de negócios, concepção e a idéia de empreender

A primeira questão aborda as nuances do empreendedor diante das necessidades e motivações que o levaram a empreender, e percebe-se que o empreendedorismo por necessidade, conforme Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2011) é predominante, conforme argumentação do empreendedor E1 e E2:

Bom no começo sempre tive o pensamento de conhecer os dois lados

da moeda (ser funcionário e ser patrão) [...].

[...] eu era funcionário de uma empresa no ramo automobilístico, me encontrava frustrado com as condições de trabalho e principalmente de como era difícil conseguir uma promoção após fazer um curso específico e voltado para área em que eu trabalhava então três meses após meu casamento surgiu a oportunidade de comprar uma casa, essa casa em questão tinha um comércio (lanchonete) na parte da frente, logo que adquirir este imóvel optei então por dar continuidade na lanchonete [...] (E2, 2018).

Apesar dos elementos em comum, o empreendedor E1 cita o sonho e o prazer de ser dono do próprio negócio como uma das características motivacionais. Segundo Chiavenato (2007, p. 8-9), são “[...] pessoas com alta necessidade de realização gostam de competir com certo padrão de excelência e preferem ser pessoalmente responsáveis por tarefas e objetivos que atribuíram a si próprias”.

Nasceu através de um sonho de empreendedorismo no ramo de moda e acessórios femininos, e após o nascimento da minha filha Laura nasceu a idéia onde foi inspirada a marca, a idéia era montar o próprio negócio, para facilitar os cuidados e ser mais presente em sua criação, trabalhando em uma atividade que me desse prazer e pudesse me empenhar em tornar minha marca grande no mercado da moda. Pensando em sua principal área de atuação, foi feito um estudo de mercado para então fazer o investimento a princípio como um teste para sentir o mercado [...] (E1, 2018).

Ainda que por razões distintas, percebe que o empreendedor busca algo novo, seja de forma implícita ou explícita e assim confirma a exposição feita no referencial teórico entre empreendedorismo e sua forte relação com a inovação. Brito, Pereira e Linard (2013) quando abordam as habilidades empreendedoras pessoais, destacam características como: planejamento, determinação, automotivação, decisão, autoconfiança e assunção de riscos. Características identificadas no perfil dos empreendedores pesquisados, todavia fica evidente que não são aspectos unânimes em ambos.

4.2 A crise e suas influências no negócio

A crise representa uma ameaça para o momento atual e uma oportunidade para o futuro (DEGEN, 2009). Essa proximidade entre ameaça e oportunidade fica claro na análise feita pelos empreendedores na relação de seus negócios com a crise:

Com a crise econômica que temos vivenciado nos últimos tempos, a

instabilidade da economia e a elevação do percentual de desemprego, somos praticamente obrigados a procurar uma segunda alternativa para suprir qualquer eventualidade de um futuro desemprego, garantindo assim renda e estabilidade. Lady Laura Store é uma loja virtual em crescimento que tem baixo custo. Por tanto eu diria que a crise não nos afetou tanto (E1, 2018).

O empreendedor E1 identifica na crise uma possibilidade de continuidade e melhoria de renda e qualidade de vida, diferentemente do empreendedor E2, que mesmo como o seu negócio já estabelecido sofreu seriamente os seus efeitos:

[...] após 2014 as vendas começaram a diminuir e aos poucos via que realmente a crise que o país estava enfrentando era realmente uma verdade e estava batendo a minha porta [...]. [...] tive que dispensar dois funcionários que já estavam conosco a algum tempo [...] (E2, 2018).

A crise de uma maneira ou de outra é elemento que faz parte do mundo na qual o empreendedor está inserido, haja vista que segundo Beozzo e Volanin (2009) pode permear todas as dimensões da sociedade: econômicas, políticas, sociais, culturais e religiosas, sendo de curto ou longo prazo. Ora o empreendedor beneficia-se dela, ora encontra-se buscando alternativas que minimizem o efeito em seus negócios.

4.3 Diferenciais diante da concorrência

Não só com crise se depara o empreendedor, talvez sim como uma consequência da crise, um número cada vez maior de pessoas busca empreender, ou seja, um número cada vez maior de indivíduos dispostos a fornecer produtos e serviços, assim o empreendedor necessita de muita criatividade e novamente inovar, conforme discorre a empresa E1:

[...] atendimento personalizado, nossos clientes podem entrar em contato via facebook, e-mail, ou whatsapp solicitando uma visita que iremos até o local, levando comodidade, conforto e tornando o atendimento pessoal e único, proporcionando mais conforto e praticidade, evitando constrangimento, desgaste com filas e praticidade no pagamento (E1, 2018).

Para Chiavenato (2007, p. 37), é um atributo dos pequenos negócios “atendimento às necessidades individualizadas e personalizadas dos clientes, isto é, produtos/serviços personalizados para cada cliente”. Para a empresa E2, a qualidade de sua matéria prima é o

maior diferencial:

[...] a qualidade de um produto ou alimento sempre é um diferencial, claro tudo depende do tipo de público que se deseja atingir, como meu ramo é alimentício acredito que se um cliente degusta um lanche barato com baixa qualidade dificilmente irá indicar para outros, mais se um cliente degusta um lanche de boa qualidade produzido com produtos de alta qualidade, acredito que o preço não será um problema [...]. [...] com certeza a qualidade é um diferencial em relação aos meus concorrentes (E2, 2018).

Com a globalização, o acirramento da concorrência, devido à informação quase que tempo real em todos os lugares do globo, uma das exigências do mercado não trata somente de preços considerados justos. De acordo com Brito, Pereira e Linard (2013), é fundamental para o progresso e sobrevivência do negócio, maior foco na qualidade dos seus produtos, serviços e na maneira como serão apresentados ao consumidor.

4.4 O microempreendedor e sua concepção sobre empreendedorismo

A análise sobre o entendimento que cada empreendedor tem em relação à sua empreitada percebe-se um alto grau de consciência daquilo que desenvolve e segurança em relação ao que é empreendedorismo:

Empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas, oportunidades, e desenvolver soluções. Empreender é uma postura voltada à transformação de uma idéia em algo concreto, e tem uma relação direta com a maneira de sermos, lidarmos e superarmos as dificuldades que encontramos no dia-a-dia. O empreendedor deve conter algumas características importantes como: persistência, persuasão, comprometimento, bons relacionamentos, autoconfiança e automotivação e dever de encontrar o melhor caminho a ser seguido (E1, 2018).

Empreender é saber identificar as oportunidades lucrativas do mercado, estudar como funciona o negócio que se deseja empreender agregando valores e transformando uma idéia ou sonho em uma empresa lucrativa e satisfatória, gerando empregos e colaborando com a economia de nosso país (E2, 2018).

Em ressonância com o que assenta a argumentação dos empreendedores, Chiavenato (2007, p. 7), afirma que “com esse arsenal, transforma idéias em realidade, para benefício

próprio e para benefício da comunidade”. Fica evidente ainda na colocação dos empreendedores que “para eles não existem apenas problemas, mas problemas e soluções” (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 27).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como finalidade apresentar os resultados obtidos por meio de um estudo de casos realizados com empreendedores de pequenos negócios. O estudo foi realizado com o objetivo de identificar a relação do empreendedor e o que se entende por empreendedorismo, suas motivações para empreender, as perspectivas diante da crise e a diferenciação perante a concorrência.

A partir da análise dos questionários é evidente que o empreendedorismo não é exercido somente pela vontade de empreender e ser um agente transformador, muito mais em função das características do país, e assim prevalece o empreendedorismo por necessidade, todavia é necessário ressaltar que uma vez o indivíduo diante dessa situação, características como capacidade de assumir riscos e de criar mudanças são fundamentais e corroboram para o sucesso do negócio, o que pode ser observado na argumentação dos empreendedores entrevistados.

O empreendedorismo nos pequenos negócios evolui muito mais com as necessidades econômicas e com a situação naquele recorte temporal e geográfico do que com a vontade interior do indivíduo, porém é característica fundamental para o empreendedor obter sucesso: busca constante por inovação e criatividade.

Por fim é importante ressaltar que a crise não é fator predominante para que ocorra o fenômeno do empreendedorismo, percebe-se a crise muito mais como um impulsionador, que faz com que o empreendedor mantenha-se sempre em constante movimento diante das necessidades do mercado.

Referências

- ALVES, O. F. et al. **Empreendedorismo em épocas de crise – um estudo de caso em Curitiba-PR e região metropolitana**. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO. Natal-RN, 2016.
- BAGGIO, A. F; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Rev. De Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, p. 25-38, 2014.
- BEOZZO, J. O; VOLANIN, C. J. **Alternativas a crise por uma economia social e ecologicamente responsável**. São Paulo: Cortez, 2009.

BRITO, A. M; PEREIRA, P. S; LINARD, A, P. **Empreendedorismo**. Juazeiro do Norte: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - IFCE, 2013

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

DAVIDSSON, P. **Researching Entrepreneurship**. NJ: Springer, 2005.

DEGEN, R. J. **O empreendedor**: Empreender como opção de carreira. 4. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. de A. **Empreendedorismo**: Transformando idéias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro, 2014.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. São Paulo: Pioneira, 1998.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – **Empreendedorismo no Brasil** – 2009. Relatório Nacional: Curitiba, IBQP, 2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SCHUMPETER, J. **Can capitalism survive?** New York: Harper and Row, 1952.

SILVA, E. L; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

YIN, R. K. **Estudo de caso**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.