

EMPREENDER NO BRASIL: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE ALGUNS DOS DESAFIOS AOS JOVENS

*TO ENTERPRISE IN BRAZIL: AN EXPLORATORY STUDY ON SOME OF THE CHALLENGES FACED BY
YOUNG ENTREPRENEURS*

Mariana Salgado de MIRANDA

Faculdades Integradas Vianna Junior
mariana.salgado.miranda@gmail.com

Joyce Gonçalves ALTAF

Faculdade Machado Sobrinho
jgaltaf@yahoo.com.br

Irene Raguene TROCCOLI

Universidade Estácio de Sá
irene.troccoli@estacio.br

Recebido em 06/2014 – Aprovado em 09/2014

Resumo

O empreendedorismo é uma área cada vez mais explorada e questionada na sociedade. Observa-se que os países mais desenvolvidos já estabeleceram compromissos com ele, pelo fato de vir aliado ao progresso econômico das determinadas nações. Afinal, o empreendedorismo é associado à inovação, criação e transformação. Nesse ambiente, os jovens brasileiros têm-se revelado uma classe não só relevante para a economia do País como também disposta a contribuir por meio de proposta inovatórias enquanto empreendedores. De abordagem qualitativa com caráter exploratório, este artigo aborda algumas das dificuldades encontradas por jovens empreendedores brasileiros ao abrir seus negócios. Para isso, realizou-se estudo, através de entrevistas semiestruturadas, com três empresas brasileiras fundadas por jovens, situadas no estado de Minas Gerais e pertencentes a segmentos diferentes. Dentre os principais desafios relatados destacaram-se a grande burocracia imposta para a abertura da empresa e o desinteresse em buscar o apoio de órgãos governamentais.

Palavras-Chave: Empreendedorismo; Inovação; Criação.

Abstract

Entrepreneurship is an area increasingly explored and challenged in society. Developed countries are committed to it, since it is linked to the economic progress of certain nations. After all, entrepreneurship is associated with innovation, creation and transformation. Young Brazilians have proved to be not only a relevant class to the country's economy but also strong contributors through their innovations. This exploratory qualitative article discusses some difficulties faced by young Brazilian entrepreneurs to start their businesses. A field research was conducted using semi-structured interviews with the young founders of three Brazilian companies located in the state of Minas Gerais, belonging to different segments. Among the main challenges they reported were the great bureaucracy they had to face and their lack of interest in seeking the support of government agencies.

Keywords: *Entrepreneurship; Innovation; Creation.*

1 INTRODUÇÃO

Dolabella (1999), Pochmann (2000) e Dornelas (2008) apontam que, em fins do século passado e no início desse, no Brasil era considerado insano um jovem recém-formado que informasse ter, como meta pessoal, criar um negócio próprio. Afinal, o desejo de investir sobre incertezas sempre surpreendia, apresentando-se como algo característico de um aventureiro.

Nesse contexto, a Administração era ensinada com foco na formação de profissionais para atuarem como administradores de empresas de terceiros. O mercado de trabalho, por sua vez, retroalimentava esse modelo, com os jovens sendo direcionados, de forma natural, às ofertas de empregos por parte de grandes empresas nacionais e multinacionais, além de buscarem a estabilidade oferecida pelas carreiras em órgãos públicos.

Por seu turno, a estabilidade econômica apresentada pelo País a partir de meados do primeiro decênio dos anos 2000 trouxe uma salutar mudança de status ao empreendedorismo.

No caso, o País começou a se enquadrar no modelo preconizado pelo Relatório Global de 2010 da Global Entrepreneurship Monitor (GEM GLOBAL, 2010), que indica que as sociedades podem se beneficiar de empreendedores de todas as faixas etárias. Isto se observa em países desenvolvidos, onde os empreendedores – de todas as idades – são os grandes propulsores da economia (DORNELAS, 2008), sendo que as pessoas jovens se destacam nesse ponto: possuem idéias holísticas e perspectivas diferentes de observar o ambiente, e sua formação traz novos insights comparativamente às das gerações anteriores.

Ademais, desfrutam de maior liberdade para se arriscarem, já que não raro têm menos a perder em questões como pagamento de financiamentos imobiliários e sustento de famílias.

Essa tendência pôde ser vista nas estatísticas do Gem Global (2010): a partir de 2008, os jovens de 18 a 24 anos ampliaram sua participação no universo empreendedor brasileiro. Em 2010, sem considerar a faixa etária mais empreendedora, de 25 a 34 anos, os jovens de 18 a 24 anos apresentaram aumento mais acentuado do que a dos brasileiros com 35 anos ou mais em suas taxas de representatividade.

Já em termos qualitativos, o mesmo relatório indicou que o jovem brasileiro não foge à assunção de riscos, predicado que também é inerente à atividade empreendedora, favorecendo a existência de jovens empreendedores.

Não estranha que, nesse ambiente, haja diversos exemplos de ações que vão ao encontro do

empreendedorismo brasileiro juvenil. Em 2004 o Ministério do Trabalho e Emprego lançou o programa “Jovem Empreendedor”, voltado para a criação de novas oportunidades de trabalho e de renda para jovens de 18 a 24 anos. Outro exemplo vem de escolas de ensino fundamental que se pode observar um crescente número de cursos e de atividades relacionados ao empreendedorismo (BORGES; FILION; SIMARD, 2008).

Porém se observa, na prática, que ainda perduram barreiras para uma maior fluidez desse esforço empreendedor - algumas ainda remanescentes da fase anterior ao presente século, outras trazidas pelas características específicas do mundo globalizado e com maiores exigências concorrenciais.

De acordo com Pochmann (1999), a falta de consistência na política pública educacional brasileira mantinha os jovens oriundos de famílias pobres ainda distantes de uma trajetória ocupacional em condições dignas no mercado de trabalho.

Até mesmo os jovens que têm a oportunidade de pertencer a famílias com melhor poder aquisitivo não estariam se furtando a encontrar dificuldades em manter o padrão de vida de seus pais, mesmo possuindo uma escolaridade elevada.

Nesse quadro de dificuldades para o ingresso e de permanência do jovem no mercado de trabalho, o mesmo autor clamava pelo estabelecimento de políticas capazes de revertê-lo, tais como a criação de estímulos a ações empreendedoras na maioria dos jovens, tais como aquelas ligadas ao desenvolvimento da inovação, da criação e do fazer.

Essa foi a motivação desta pesquisa, que teve por objetivo analisar as principais dificuldades dos jovens empreendedores em criarem novos negócios. Foram duas as suposições que

sustentaram esse trabalho. A primeira suposição foi de que jovens brasileiros com características empreendedoras não raro precisam driblar entraves variados – desde os técnicos, tais como a burocracia, até os pessoais, como preconceitos – para alcançarem o sucesso no mundo dos negócios.

A segunda suposição foi de que, por não se verificar um “viés empreendedor” ao longo da formação acadêmica, após a finalização dessa os jovens brasileiros não possuem bagagem experiencial suficiente para se lançarem no mundo do empreendimento, daí derivando-se uma série de obstáculos e de frequentes fracassos a seus sonhos de empreender.

Este artigo se divide em cinco partes, incluindo essa introdução: apresentação da metodologia, referencial teórico sobre empreendedorismo, os resultados da pesquisa de campo, e conclusão.

2 METODOLOGIA

Essa pesquisa, de caráter qualitativo, exploratória quanto aos fins, e bibliográfica, de campo e estudo de caso múltiplo quanto aos meios, buscou investigar as percepções de empreendedores jovens da cidade mineira de Juiz de Fora, donos de negócios bem sucedidos e plenamente estabelecidos no mercado, especialmente quanto às dificuldades com que se depararam quando da instituição de seus negócios.

Para tanto, foram selecionados os donos de três empresas juizdeforanas, sendo uma mulher e dois homens: 1) a proprietária da Mr. Bug, do ramo de confecções de roupas infantis; 2) o proprietário da Always On, do ramo de informática; e 3) um dos proprietários da Sucatrans, do ramo de transporte rodoviário.

Após a obtenção de evidências secundárias, por meio de levantamento bibliográfico que serviram como suporte teórico, o levantamento de evidências primárias foi realizado utilizando-se entrevistas em profundidade semiestruturadas com os sujeitos selecionados, com base em roteiro de perguntas pré-definidas.

De acordo com Hawkins, Mothersbaugh e Best (2007) nas entrevistas individuais em profundidade, embora o pesquisador se oriente pela formulação prévia de um roteiro - ou formulário - não precisará, obrigatoriamente, seguir a ordem das perguntas que o constituem.

Da mesma forma, não precisa restringir seus questionamentos apenas às questões listadas no mencionado roteiro, podendo questionar outras perspectivas que representam o interesse em se aprofundar o entendimento do contexto apresentado pelo respondente. Isso possibilitou a liberdade para criar perguntas, para averiguar melhor as respostas que aparentavam ser mais relevantes, e para procurar aprimorar e detalhar o conjunto de informações obtidas.

Vale notar que as entrevistas foram marcadas com antecedência e em local de maior comodidade para o entrevistado, passando-se por duas etapas de aproximação com os sujeitos:

- 1) telefonema(s) para marcar e para confirmar o encontro para a realização da entrevista;
- 2) encontro pessoal para a conversa. As entrevistas – cuja duração média foi de 40 minutos - foram gravadas e, posteriormente, transcritas para análise.

As evidências primárias foram tratadas por meio da análise de discurso. Conforme Maingueneau (1997), a partir da articulação entre discurso, enunciador e local de enunciação, entende-se que um discurso elaborado por um enunciador está necessariamente ligado ao lugar de enunciação. Ou seja, existe ligação, ainda que fragmentária,

com um determinado espaço físico e temporal. Ao se identificar essa ligação surge a capacidade de revelar a natureza contextual da produção de discursos.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

A palavra empreendedorismo encontra suas raízes no verbo francês *entreprendre*, que significa *empreender, perseguir*. A reboque, surgiram os termos *entrepreneur* e *entrepreneurship*, que têm sido interpretados de formas diversas na literatura das Ciências Econômicas (FEUERSCHUTTE, 2006). E, conforme o interesse pelo assunto se expandiu, surgiram numerosos os estudos sobre empreendedorismo, com esse termo se aplicando, freqüentemente, em diferentes áreas de conhecimento, visto que sua abrangência implica diversas dimensões da vida humana.

Esse interesse se explica, em grande parte, pelo fato de que o estudo da função empreendedora remete a questões relevantes pelo ângulo tanto da geração de trabalho e de renda dos sujeitos que se lançam a essa iniciativa, como também do desenvolvimento político e econômico de qualquer nação.

De acordo com Fillion (2010), empreendedorismo é um domínio específico, e não uma disciplina acadêmica com o sentido que se atribui habitualmente à Sociologia, à Psicologia, à Física ou a qualquer outra disciplina já bem consolidada.

Para ele, é um campo de estudo, na medida em que não apresenta um paradigma absoluto ou um consenso científico. Antes, é um conjunto de práticas capazes de garantir a geração de riqueza e uma melhor performance às sociedades que o apóiam e que o praticam.

Contudo, como também não existe teoria absoluta a esse respeito, ele frisa que é de fundamental importância que se compreenda essa premissa básica para que seja possível interpretar corretamente o que se escreve e se publica sobre essa temática, conforme CNI/IEL (1999), Fayolle (2003), Fillion (1993; 1999a, 1999b; 2000), Fillion e Dolabela (1999) e Fortin (2002).

Na medida em que o empreendedorismo é frequentemente identificado como um fenômeno individual, Fillion (2003) afirma que os empresários são geralmente considerados como aqueles que são capazes de lesar os outros, muitas vezes tidos como individualistas ou como pessoas que não costumam fazer as coisas como os demais.

Porém, ele ressalta que empreendedorismo “[...] é, sobretudo, um fenômeno social e exprime-se nas sociedades a partir de valores relativamente consensuais.” (p. 4).

Continuando, diz que a expressão empreendedora se constrói em torno do que é valorizado numa sociedade, e que o desenvolvimento do empreendedorismo só pode se realizar em torno de líderes políticos voltados à valorização de pessoas e capazes de se preocupar com a divisão das riquezas geradas pelos empresários.

Já Dolabella (1999) possui uma visão especialmente social de o que seja empreendedorismo: para ele, o termo significa, principalmente, a capacidade de transformar conhecimento em riqueza para toda a coletividade.

Para ele, eticamente só pode ser considerado empreendedor aquele que oferece valor positivo para a comunidade a que pertence – ou seja, empreendedorismo não pode ser visto como um processo de enriquecimento pessoal. Ele também é de opinião de que o empreendedorismo está

potencialmente presente em todo ser humano, apenas precisando ser estimulado para se manifestar.

No caso, trazer à tona esse potencial significa promover o desenvolvimento de alguns potenciais, dentre eles a consciência de que somos a única espécie capaz de conceber o futuro e de transformá-lo em realidade.

Para tanto, é necessário que o indivíduo desenvolva o que se chama de “conceito de si”, que engloba tudo o que diz respeito ao autoconhecimento, à auto-estima.

Na medida em que o empreendedor desenvolve uma autopercepção muito aguda, saiba quais são seus desejos, o que gosta de fazer, quais são as suas competências, pontos fortes e fracos, mais capacidade ele terá de realizar aquilo que inicialmente vê como um sonho.

Para apresentar como se configuram as propostas para educação empreendedora voltada especificamente para o perfil do público jovem, é válido resgatar, ainda que de forma muito breve, como o tema do empreendedorismo se consolidou enquanto área de conhecimento.

As primeiras publicações e proposições teóricas sobre empreendedorismo datam dos anos de 1800, e tiveram origem na Psicologia, na Sociologia e na Economia Política, conforme Feuerschutte (2006).

No caso dessa última, o empreendedor – de acordo com as proposições de Cantillon (2001) – tem uma grande função pela virtude de seu direito de propriedade individual como capitalista, conforme ele assume riscos - por exemplo, ao de comprar algo a certo preço e vendê-lo a preços incertos no futuro.

Semelhante opinião é compartilhada por Dornelas (2008), ao constatar que os empreendedores são pessoas diferenciadas e

motivadas, cujas ações são orientadas pelo desejo de serem reconhecidas e admiradas por aqueles com quem convivem, não se sentindo, apenas, como “mais um na multidão”.

Todavia, observa-se que existem definições conceituais de empreendedorismo totalmente opostas. Isso é destacado por Schumpeter (1959) ao enfatizar que o empreendedor é aquele que “destrói” a ordem econômica atual com inovações em serviços e produtos.

Há também a colocação de Kirzner (1979), que diz que o verdadeiro empreendedor é aquele que precisa se comunicar de maneira tranqüila, além de ser capaz de acolher seus colegas de trabalho e direcioná-los para, juntos, conviverem num ambiente calmo, no qual suas visões de oportunidades se revelarão decisivas em momentos de turbulência.

Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008) também pesquisaram nessa direção, tendo sua investigação reunido as principais características do empreendedor bem sucedido – embora ressaltando que não necessariamente todos os grandes empreendedores reúnem todas elas. No caso, os destaques foram a capacidade de assumir riscos calculados e de aproveitar oportunidades, a presença de iniciativa e de força de vontade, a busca de informações e de conhecimento do ramo empresarial, o planejamento e o senso da organização, a liderança, o comprometimento pessoal e o otimismo, a persistência e o espírito empreendedor, a autoconfiança e a independência pessoal.

Lima-Filho, Sproesser e Martins (2009) também trabalharam nesse assunto. Seu discurso reivindicatório surpreendentemente pouco se diferenciou daquele de pesquisadores que os antecederam nesse assunto – tais como Pochmann (1999) - muito embora o ambiente

neoliberal tenha promovido transformações que induziram a sociedade, de modo geral, a buscar alternativas no mundo do trabalho que não fossem aquelas historicamente tradicionais, tal como o emprego formal.

Aqueles autores continuaram a clamar para que o crescimento do número de empreendedores no País fosse mais bem tratado pela sociedade. No caso, sua sugestão foi de que se ampliassem sua base de disseminação e as estratégias de fortalecimento da capacidade empreendedora, particularmente via processos educacionais que promovessem, no indivíduo, sua melhor condição de competitividade no mundo liberal e globalizado.

Vale notar que Lima-Filho, Sproesser e Martins (2009) frisaram que permanecia a carência de instituições que dessem suporte educacional a essa crescente demanda, salientando que o papel da educação não formal e voltada ao trabalho fez-se necessário nesse contexto de interesse da sociedade pelo empreendedorismo.

Esse enfoque foi complementado, pelos mesmos autores, quando eles colocaram que, para se desenvolver uma pedagogia empreendedora, o entendimento das necessidades dos empreendedores passa a ser uma questão fundamental.

No caso, seria importante compreender que as instituições voltadas para a disponibilização de formação na área do empreendedorismo deveriam estar voltadas para atender ao caráter de desenvolvimento do indivíduo, de modo que esse conseguisse enfrentar, com profissionalismo, a realidade imposta pelas regras concorrenciais no mundo corporativo.

Ricca (2004) também lançou suas ideias a respeito do tema, frisando a necessidade de se desmistificar e de se tratar de maneira mais popularizada o empreendedorismo. Para tanto,

propôs que o tema fosse incluído no currículo escolar, como forma de se lançarem as bases para o desenvolvimento de atitudes empreendedoras.

Do seu ponto de vista, isto serviria para ampliar as possibilidades de escolha para a realização pessoal e profissional dos indivíduos. Complementando os projetos de capacitação, ele também sugeriu o incentivo a programas de incubadoras de empresas, de associações de jovens, de empresas juniores e de programas de responsabilidade social das empresas.

Esses movimentos, do seu ponto de vista, ajudariam a fazer com que as empresas adotassem os jovens não apenas no primeiro emprego, mas também na orientação do empreendedorismo.

4 ANÁLISE DAS EVIDÊNCIAS

Para melhor compreensão da origem das evidências obtidas no campo, os empresários entrevistados foram numerados, sendo o de número 1 o proprietário da Mr. Bug, o de número 2 o proprietário da Always On, e o de número 3 o sócio-proprietário da Sucatrans.

A primeira pergunta foi em relação às atividades de trabalho já exercidas pelo entrevistado antes da fundação das respectivas empresas. Apesar de todos terem iniciado os negócios ainda jovens (a de n. 1 aos 20 anos, o de n. 2 aos 25 anos e o de n. 3 aos 17 anos), eles foram unânimes em dizer que a pouca idade não significa, em si, uma grande dificuldade nas relações de trabalho.

Na opinião deles, a juventude pode ser facilmente compensada pela demonstração de conhecimento a respeito da área trabalhada e, além disso, da capacidade de o empreendedor provar, com atitudes, que ele detém informação suficiente e domínio das atividades realizadas.

Nesse particular, vale lembrar que a forma como essas últimas qualidades se materializam podem diferir muito entre os jovens empreendedores: a entrevistada de n. 1 informou que vivenciara experiências em negócios em ramos diferentes antes de se lançar nesse empreendimento, enquanto o de n. 2 buscou adquirir formalmente conhecimentos na área de atuação antes de iniciar a empresa.

Já o de n. 3 adentrou o negócio antes mesmo da maioria e sem antes ter atuado em nenhuma outra empresa, contudo o fez juntando-se aos irmãos que ali já atuavam – o que sugere que ele absorveu, na prática do dia a dia, os ensinamentos desses irmãos mais experientes.

Quando inquiridos sobre a gênese da vontade de quererem empreender, as respostas também variaram. A de n. 1 revelou que sempre teve o sonho de ser dona do próprio negócio; o de n. 2 afirmou que o incentivo de empreender partiu de seu irmão; e o de n. 3 revelou que seu interesse por empreender adveio de poder fazê-lo no mesmo ramo que o avô possuía, mantendo uma tradição familiar. Ou seja, as respostas dos entrevistados corroboraram a informação de que o jovem brasileiro possui tendência a assumir riscos (GEM GLOBAL, 2010).

Ao serem questionados sobre a maneira como financiaram seus negócios, verificou-se que nenhum deles utilizou capital de terceiros, incluindo entidades governamentais tais como Sebrae ou FIEMG: todos contaram com investimentos a partir de economias feitas particularmente, ou através de ajuda financeira de familiares. Isto fundamenta o que foi citado na pesquisa Gem Global (2010), ao se constatar que “(...) os próprios empreendedores se autofinanciam, utilizando recursos próprios para iniciarem o seu negócio” (p.61). Além disso, a mencionada pesquisa também revela que os empreendedores, em sua maioria, confiam no

auxílio de suas respectivas famílias para realizarem investimentos necessários, além de eventuais complementações de recursos para abrir novos negócios.

Esses aspectos estão refletidos no trabalho de Machado, Azevedo e Silva (2008). Esses autores colocam que, no início do século XXI, a economia brasileira ainda apresentava baixos índices de desenvolvimento, “(...) taxa considerada insatisfatória em comparação a países emergentes do terceiro mundo” (p. 2).

Por outro lado, em tais países eram encontrados consideráveis contingentes de perfis empreendedores, os quais, diante do desafio de abrir e de manter novos negócios, se deparavam com “(...) os efeitos da alta carga tributária, da concorrência desleal, do custo elevado das obrigações trabalhistas e previdenciárias, e da burocracia” (p.2).

Nesse ponto, vale resgatar alguns extratos dos discursos dos entrevistados, nos quais eles registraram os obstáculos encontrados para empreenderem. Sua referência é de que esses foram muito marcantes, com destaque para a obtenção de fundos, para a disponibilidade de mão de obra qualificada, e para a administração da burocracia para se estabelecerem no mercado:

Para a perpetuação da empresa a maior barreira foi o capital de giro. Tudo o que eu recebia de lucro tinha que reinvestir. Deixei muitas vezes de me vestir bem, de comer bem, de ter luxo como um carro, por exemplo, para poder pagar as contas da empresa (Entrevistada n.1).

Um grande obstáculo é a falta de mão de obra especializada no mercado. De profissionais o mercado está cheio, mas de bons profissionais, de profissionais experientes, com boa desenvoltura, pró-atividade, dinamismo, domínio de outros idiomas e etc., o mercado está em falta (Entrevistado n.2).

Os maiores obstáculos foram as mudanças de plano econômico, os métodos de precificação, o ciclo operacional rápido e o reinvestimento. O

reinvestimento no início era fundamental, foram necessários anos para podermos fazer retiradas significativas para os sócios (Entrevistado n.3).

Ou seja, se os relatos dos entrevistados remetem a uma forte característica empreendedora, caracterizada pela audácia em assumir riscos calculados, eles também se mostram pontuados por vezes maiores do que aqueles que, devido à experiência ainda incipiente nos respectivos negócios, esperavam encontrar, porquanto derivavam de fatores que fugiam ao seu controle – planos econômicos, falta de mão de obra especializada. Isto confirma Lima-Filho, Sproesser e Martins (2009, p. 253), quando esses dizem que “É importante compreender que instituições que disponibilizam formação na área do empreendedorismo estão voltadas a atender ao caráter de desenvolvimento do indivíduo, de modo que consiga enfrentar, com profissionalismo, a realidade que lhe é imposta”.

CONCLUSÕES

Esse estudo, dentro de sua limitação de analisar apenas as principais dificuldades dos jovens empreendedores em criarem novos negócios, envolveu sujeitos que iniciaram a carreira de empreendedores ainda jovens. Isto indicou que a baixa idade não interfere sobre a condição de criar e de manter novos negócios.

O que os entrevistados acreditam ser aspectos que mais influenciam para serem respeitados no trabalho que conduzem são a apresentação de conhecimentos e o domínio acerca daquilo em que se propõem a trabalhar.

Por seu turno, ficou patente que esses jovens empreendedores passam ao largo do apoio de entidades públicas para buscar apoio financeiro às suas empreitadas. Ficou claro que esses empresários nem aventam a possibilidade de

recorrerem a essas instâncias, tendo deliberadamente prescindido da ajuda de órgãos governamentais de apoio a novos negócios.

Como o propósito dessa pesquisa não foi averiguar o porquê dessa postura, fica a sugestão dessa investigação para futuras pesquisas. Os motivos podem ser desde o desconhecimento sobre políticas públicas eventualmente existentes de incentivo ao empreendedorismo junto aos jovens, até o fato de elas serem conhecidas por eles mas apresentarem condições incompatíveis com a realidade do início de um novo negócio que – pelo menos inicialmente – se propõe de pequeno porte.

A obtenção de um maior conhecimento sobre esses motivos sem dúvida se inclui no rol de insumos que poderiam municiar o poder público brasileiro na elaboração de novos programas que sirvam para estimular as idéias dos jovens e, principalmente, para torná-las concretas – em especial nesse momento de impulso da economia nacional.

REFERÊNCIAS

BORGES, C.; FILION, L. J.; SIMARD, G. Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. RAM – Revista De Administração Mackenzie, v. 9, n. 8, nov/dez., 2008

CANTILLON, R. Essay on the nature of commerce in general. New Brunswick: Transaction Publishers, [1755], 2001

CNI/IEL. Empreendedorismo, Ciência, Técnica e Arte. Brasília : IEL Nacional, 1999

DOLABELLA, F. O Segredo De Luísa. Cultura e Editores associados, São Paulo, 1999

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

FARAH, O.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. Empreendedorismo Estratégico: criação e gestão

de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning., 2008

FAYOLLE, A. Le métier de créateur de l'entreprise. Paris : Éditions d'Organisation, 2003

FILION, L. J. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. Revista de Administração de Empresas RAE, vol.33, no. 6. Nov/Dez., pp.50-61, 1993

FILION, L.J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. Revista de Administração de Empresas RAE. vol.39, no 4. Out/Dez. pp.6-20, 1999a

FILION, L.J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração Universidade São Paulo RAUSP, vol.34, no.2, abril-junho, pp.5-28, 1999b

FILION, L.J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. Revista de Administração de Empresas RAE, vol. 7, no 3, pp.2-7, 2000

FILION, J. Um roteiro para desenvolver o empreendedorismo. Disponível em: <http://www.oei.es/etp/roteiro_desenvolver_empreendedorismo_filion.pdf>. Acesso em 20 abr 2010.

FILION, L.J.; DOLABELLA, F. Boa Idéia! E Agora? São Paulo : Cultura Editores Associados, 1999

FORTIN, P.A. La culture entrepreneuriale. Un antidote à la pauvreté. Montréal: Transcontinental, 2002

GEM GLOBAL. Empreendedorismo no Brasil: 2010. Pesquisa. Curitiba : IBQP. 286p, 2010

HAWKINS, D., MOTHERSBAUGH, D. & BEST, R. Comportamento do consumidor: construindo a estratégia de marketing. Rio de Janeiro: Campus, 2007

KIRZNER, I. M. Perception, opportunity and profit: studies in the theory of entrepreneurship. 1st. ed. Chicago: University of Chicago Press, 1979

LIMA-FILHO, D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, E. L. C. Empreendedorismo e Jovens Empreendedores. Revista de Ciências da

Administração. v. 11, n. 24, p. 246-277,
maio/ago, 2009

MACHADO, D.G.; AZEVEDO, T. P.; Silva, R. P. O
impacto gerado pela tributação no
empreendedorismo. ConTexto, Porto Alegre, v.7,
n. 12, 2º semestre, 2007

MAINGUENEAU, D. Novas tendências em análise
do discurso. Campinas: Pontes, 1997

POCHMANN, M. Emprego e desemprego juvenil
no Brasil: as transformações nos anos 1990.
Revista da Faculdade de Educação Universidade
Federal Fluminense, n.01, maio, pp. 52-72, 2000

RICCA, J. Sebrae: o jovem empreendedor. Estud.
av. [online]. Vol.18, n.51, pp. 69-75. ISSN 0103-
4014, 2004

SCHUMPETER, J. A Teoria do Desenvolvimento
Econômico. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura,
1959