

O Retrato do Empreendedor Informal

Josemeire Alves Gomes (UECE) alvesgomes@baydenet.com.br
Ana Augusta Ferreira de Freitas (UECE) freitas8@terra.com.br
Emílio Capelo Júnior (UECE) emiliocjunior@terra.com.br

Resumo

Em função do importante papel exercido pelos empreendedores informais na economia Brasileira, mister se faz um entendimento sobre os fatores que contribuem para o sucesso ou fracasso destes. O presente trabalho tem como objetivo geral avaliar as condições para o desenvolvimento de novos negócios no setor informal. De maneira específica, pretende-se identificar as características ligadas à personalidade, aos recursos pessoais, ao ambiente e às atividades organizacionais relacionados aos empreendedores informais. Para avaliar essas questões, o trabalho adotou uma pesquisa quantitativa com uma amostra constituída de 653 empreendedores informais da região centro-sul do Estado do Ceará, tendo como recorte geográfico de investigação 12 municípios. Os resultados revelam a necessidade de novos investimentos no sentido de apoiar e incentivar estas atividades, pois demonstra-se que embora os empreendedores apresentem as características inerentes ao perfil empreendedor, os recursos disponíveis, o ambiente que os circunda e as atividades organizacionais desenvolvidas não são adequados.

Palavras chave: Empreendedor informal; Personalidade; Recursos Pessoais

1. Introdução

O ambiente empresarial atual está marcado por mudanças significativas, como o avanço da tecnologia, a remoção de barreiras comerciais entre países, o incremento da concorrência entre empresas e a elevação do padrão de exigência dos consumidores. Uma das conseqüências imediatas de todas essas transformações é o aumento crescente dos índices de desemprego. Os dados da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sinalizam o contínuo crescimento do trabalho informal na América Latina e de maneira específica no Brasil, em detrimento do trabalho regulamentado e/ou protegido por legislações específicas.

Inseridos neste cenário, surgem indivíduos conhecidos como empreendedores informais. Considera-se o trabalho informal a unidade econômica caracterizada pela produção em pequena escala, pelo reduzido emprego de técnicas e pela quase inexistente separação entre o capital e o trabalho. Tais unidades também se caracterizariam pela baixa capacidade de acumulação de capital e por oferecerem empregos instáveis e reduzidas rendas. Os trabalhadores informais exercem atividades econômicas à margem da lei e desprovidas de proteção ou regulamentação pública. Ademais, o trabalho informal também se caracteriza pela ausência das relações contratuais. O crescimento da informalidade nas relações de trabalho caracteriza um período marcado pelo desemprego contínuo no mercado formal. Assim, o trabalho informal parece despontar como um recurso e abrigo dos trabalhadores face à escalada do desemprego.

O foco deste trabalho recai sobre os empreendedores informais, embora se reconheça que não necessariamente o empreendedorismo esteja ligado à informalidade. Para Dornelas (2001), a decisão de tornar-se um empreendedor ocorre devido a fatores externos, ambientais e sociais, aptidões pessoais ou a um somatório de todos esses fatores, que são críticos para o surgimento e o crescimento desta atividade. O processo empreendedor inicia-se quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio. Por isso, é necessário

desenvolver nos profissionais um conjunto de habilidades, que lhes permitam alcançar as competências necessárias à formação de um perfil determinado. A crença de que o empreendedor é um ser inato é questionada (BRUSH et al. 2002). Atualmente acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma série de fatores internos e externos ao negócio, de como são administradas as adversidades e do perfil do empreendedor.

Em função do importante papel exercido pelos empreendedores informais na economia Brasileira, tornou-se necessário um entendimento sobre os fatores que contribuem para o sucesso ou fracasso destes e que sirvam para sustentar instrumentos que ampliem e melhorem o entendimento a respeito dos mesmos. Com isto, coloca-se que o objetivo geral do trabalho é avaliar as condições para o desenvolvimento de novos negócios no setor informal. De maneira específica, pretende-se identificar as características ligadas à personalidade, aos recursos pessoais, ao ambiente e às atividades organizacionais relacionados aos empreendedores informais.

Com a finalidade de promover a compreensão das características que compõem o perfil do empreendedor informal, foi escolhida como recorte geográfico a região centro-sul do Estado do Ceará. Tal escolha se deve ao fato de que a atividade desenvolvida por estes empreendedores informais é essencial para promover o desenvolvimento local integrado e sustentável da referida região. Aliado a este fato, considera-se também de fundamental importância a capacidade de uma comunidade ser responsável por processos de mudança imprescindíveis ao seu crescimento e ao acesso de toda a população às riquezas geradas.

2. Revisão Conceitual

A literatura apresenta um vasto número de definições do termo empreendedorismo (e.g. FILION, 1999; CIELO, 2001). Explicações sobre o ato de empreender têm sido buscadas tanto em características, quanto em comportamentos do indivíduo empreendedor. Segundo Braga (2003), a existência de diferentes percepções do empreendedorismo está relacionada principalmente a dois fatores. Inicialmente, ao campo de pesquisa, onde o empreendedorismo é definido baseado nos fundamentos específicos de cada área do conhecimento, como por exemplo, economia, administração, psicologia ou sociologia. Em seguida ao fato de ser uma área cujo interesse pelo estudo e pesquisa são relativamente novos, havendo ainda um entendimento bastante controverso. No Brasil, os estudos e pesquisas são ainda muito recentes e foram intensificados apenas nas duas últimas décadas do século passado. O crescente interesse nesta área do conhecimento fez surgir trabalhos científicos que, com uma construção metodológica, buscaram demonstrar de modo qualitativo e quantitativo a sua importância para a sociedade, a economia e o sistema produtivo.

Os primeiros conceitos neste campo do conhecimento foram desenvolvidos por duas correntes de pensamento, apresentadas detalhadamente no trabalho de Filion (1999). A corrente dos economistas, os quais associam o empreendedor com inovação e a corrente dos comportamentalistas, que se concentram nos aspectos criativos e intuitivos. Os economistas Cantillon e Jean Baptiste Say, identificados como pioneiros neste campo, ao analisarem o papel do empresário responsável pelo surgimento de novas empresas, passaram a destacá-lo como centro do processo econômico. Assim, foram os economistas os primeiros a compreender o papel do empreendedor e a sua importância no sistema produtivo. Posteriormente, foi Schumpeter quem realmente lançou neste campo o conceito do empreendedor como grande transformador, o agente de mudança, o inovador que busca criar novos produtos, desenvolver novos processos de produção ou novos mercados. A partir da obra de Schumpeter (1934), o empreendedor passa a ser visto como um elemento que

impulsiona a economia, pois através de suas decisões transforma oportunidades em empreendimentos.

No entanto, a maioria das pessoas que criam novas empresas baseia-se em suas percepções de oportunidades de mercado. Estas são as grandes responsáveis pelo surgimento das micro e pequenas empresas, revelando-se o principal foco de estudo dos pesquisadores que abordam o tema sob a ótica das atitudes, ações e comportamento dos empreendedores, os comportamentalistas. Um dos primeiros autores desse grupo foi Max Weber. Ele concebia os empreendedores como inovadores, pessoas independentes cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal. No entanto, foram os estudos de McClelland (1962) que mais contribuíram para esta área. A hipótese central de seus estudos era de que o desejo de auto-realização é responsável em parte pelo crescimento econômico. Ademais, de acordo com Filion (1999), na tentativa de definir os traços característicos do comportamento dos empreendedores, os pesquisadores demonstraram não terem chegado a conclusões definitivas sobre qualquer tipo de relação com o sucesso dos empreendedores.

Morris (2001) destaca que a maioria das questões pesquisadas na área de empreendedorismo está vinculada à tentativa de construção (ou desconstrução) de traços e características de empreendedores. Há uma quantidade relativa de pesquisas que apontam os diferentes tipos de perfil empreendedor. Em Filion (1999) é possível se ver uma síntese destas classificações. Em relação às características propriamente ditas, Pereira (2001) resume que os autores relacionam o dinamismo com a responsabilidade, o vigor, a iniciativa e a persistência como sendo próprios do empreendedor. Ainda são importantes: o conhecimento técnico, a habilidade para pensar e estabelecer relações humanas, a sociabilidade e a consideração pelo outro. Segunda ela, outros ainda salientam confiança, perseverança, determinação, energia, capacidade de resolução, habilidade para assumir riscos, versatilidade, criatividade, habilidade para influenciar pessoas, independência e perceptividade.

Do que foi dito anteriormente, é possível concluir que muito do esforço em entender o empreendedorismo e a criação de novos negócios tem focado nas características individuais dos empreendedores. Segundo Becherer e Maurer (1999, p. 28), esta linha orientada pelos traços de personalidade foi caracterizada como “inadequada para explicar o fenômeno do empreendedorismo”.

A variedade de perspectivas é mais bem entendida através de uma abordagem integrativa que tem sido atualmente desenvolvida para explicar o comportamento empreendedor. Nesta linha, sugere-se que o empreendedorismo é uma atividade que só pode ser explicada através da combinação simultânea de elementos individuais associados a este fenômeno. Um modelo desenvolvido por Gartner (1985) integra quatro grandes dimensões do empreendedorismo: características do indivíduo que inicia o novo negócio, a organização que é criada, o ambiente em torno do novo negócio e o processo pelo qual o novo negócio é iniciado.

O modelo de Shaver e Scott (1991) também traz a tentativa de explicar a atividade empreendedora em termos de interação entre variáveis. Na sua estrutura teórica, os pesquisadores rejeitam a abordagem unicamente personalística e propõem que é necessário explicar como o ambiente externo é entendido na mente do potencial empreendedor (o processo de cognição social) e como ele escolhe agir diante desta percepção. Em outras palavras, é crítico entender como as representações cognitivas são traduzidas em termos de ações práticas.

Mais recentemente outros modelos têm sido desenvolvidos no sentido de reconhecer a importância da interação conjunta entre uma série de variáveis. É o caso do modelo proposto por Korunka et al (2003), que defendem que dentro do cenário de criação de novos negócios, alguns aspectos importantes devem ser considerados. Entre eles, os autores destacam: as

características ligadas à personalidade, aos recursos pessoais (e.g. capacitação), ao ambiente e às atividades organizacionais. A interação conjunta destes constructos tem também por finalidade entender a realidade do processo empreendedor num prisma maior do que aquele usual de análise única das características pessoais daqueles que se aventuram num novo negócio.

Em relação ao primeiro grupo de variáveis, as características ligadas à personalidade, resultados de estudos prévios buscam associar sua relevância no processo de criação de novas empresas. A obra de McClelland (1962) foi o primeiro esforço de analisar o empreendedorismo a partir das características da personalidade. O autor considera que altos níveis de alcance de metas e sucessos contribuem para que o comportamento dos empreendedores se transforme em uma força positiva para o crescimento econômico de um país.

Em relação ao segundo grupo de variáveis, os recursos pessoais, Korunka et al (2003) os apresentam sob uma combinação de elementos tais como: capital humano, experiência profissional, habilidades pessoais e condição financeira do empreendedor. A harmonia entre esses elementos reflete positivamente no processo empreendedor de novos negócios, pois o envolvimento com a nova atividade é um fator crítico ao sucesso do negócio em implantação e no decorrer de todas as fases de desenvolvimento. O campo de atuação do empreendedor relaciona-se à sua experiência profissional, ao histórico de suas práticas e suas habilidades pessoais empregáveis no processo de empreender um novo do negócio. A situação financeira do empreendedor é um outro fator preponderante na decisão de empreender, referindo-se principalmente à origem do capital a ser investido, se de capital próprio ou crédito no mercado financeiro.

A terceira variável, ambiente, afeta diretamente a performance das empresas, visto que a percepção que este adquire do ambiente influencia na forma de planejamento do novo negócio. Para Ferreira (2003), identificar o ambiente e conhecer como o empreendedor atua sobre os fatores sociais e deles recebe influência é de fundamental importância no levantamento do perfil do empreendedor.

Em relação às atividades organizacionais, último grupo de variáveis, estas incluem aspectos cognitivos e operacionais. Entre os aspectos cognitivos encontram-se o planejamento do novo negócio, as decisões tomadas durante o processo inicial de desenvolvimento e as considerações de insucesso. Entre os aspectos operacionais, o principal deles refere-se à aquisição de recursos.

Korunka et al (2003) defendem que os efeitos mútuos destes quatro grupos de variáveis podem ajudar a identificar a posição estratégica de novos negócios e suas perspectivas de evolução no tempo. Freitas et al. (2004), num estudo aplicando o modelo dos autores a uma amostra de empreendedores informais, encontrou traços de personalidade condizentes com uma postura empreendedora, fracos indícios de um ambiente propício ao desenvolvimento de um negócio bem sucedido, inadequada utilização dos recursos pessoais e inconseqüente planejamento das atividades organizacionais.

3. Metodologia

Este estudo corresponde a uma pesquisa quantitativa, partindo de um questionamento amplo e tendo como objetivo a compreensão do fenômeno pesquisado e a identificação de fatores que o compõem (TRIVINÓS, 1987, MINAYO, 2001). A presente pesquisa também é considerada descritiva, pois procura descrever situações e fenômenos da realidade a partir de dados obtidos (SAMARA; BARROS, 1997). A população investigada englobou 653 (seiscentos e cinquenta três) empreendedores informais da região centro-sul do Estado do Ceará, tendo

como recorte geográfico de investigação 12 municípios compreendendo as cidades de Icó, Cedro, Orós, Jaguaribe, Iguatu, São Miguel, Ipaumirim, Tabuleiro, Lavras da Mangabeira, Quixelô, Pereiro e Aurora.

O questionário foi aplicado entre os meses de outubro e novembro de 2004. A participação do pesquisado foi voluntária, respeitando o direito de privacidade e a garantia de que as informações prestadas na pesquisa não teriam outra finalidade. O critério adotado para a entrevista foi o de acessibilidade.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário semi-estruturado, o qual contém perguntas abertas e fechadas. O mesmo questionário foi utilizado por Freitas et al (2004). O questionário engloba cinco grupos de variáveis. O primeiro grupo refere-se aos dados socioeconômicos dos entrevistados, como idade média, sexo, escolaridade, tipo de negócio e renda. O segundo grupo diz respeito aos traços de personalidade dos entrevistados, avaliados por intermédio de uma escala de quatro pontos variando desde a concordância total até a discordância total, relacionadas a uma série de afirmações como orientação ao trabalho duro, necessidade de independência, habilidade, criatividade, controle interno e propensão ao risco.

O terceiro, quarto e quinto grupos de perguntas estão relacionados, respectivamente, ao ambiente, aos recursos pessoais e as atividades organizacionais desenvolvidas pelos entrevistados. Em relação ao ambiente, os fatores de pressão para realização do negócio, o aspecto motivador para iniciar o negócio, as principais dificuldades encontradas no início e no momento atual e as redes sociais de influência foram consideradas. Em relação aos recursos pessoais, a experiência prévia e os recursos financeiros foram levantados. Em relação às atividades organizacionais, o tipo de informação coletada e as considerações sobre a possibilidade de não dar certo foram alvos de análise dentro do processo empreendedor.

4. Análise dos Resultados

A análise das características socioeconômicas dos entrevistados demonstra que 27,8% dos pesquisados têm idade entre 26 e 33 anos, seguidos de 25,2% com idade entre 18 e 25 anos. Quanto a variável sexo, os dados da amostra denotam que há um equilíbrio, pois 49,2% são do sexo masculino e enquanto 50,8% do sexo feminino. No quesito renda mensal familiar, o valor mais expressivo correspondeu a 36,8% dos pesquisados que possuem uma renda variando entre R\$ 300,01 e R\$ 600,00, enquanto apenas 12,5% têm renda mensal superior a R\$ 1.000,00. Apenas 29% declarou possuir renda extra, oriunda principalmente de pensões. Com relação ao nível de escolaridade, 33,6% dos entrevistados possuem o segundo grau completo e 27,8% não possuem nem mesmo o primeiro grau completo, caracterizando uma população com nível de educação pouco adequado.

Os setores de atividades dos negócios desenvolvidos variavam entre hortifrutigranjeiro, trabalhos artesanais e manuais, incluindo bijouterias, confecção/acessórios e cama, mesa e banho, eletrônicos e outros. De maneira geral, as atividades desenvolvidas se concentram no setor de confecção/acessórios (25,5%), seguido de bijuterias (10,6%). Percebe-se um grande número de empreendedores que trabalham sozinhos (43,3%), seguidos por 30,2% nos quais o número de empregados em cada negócio é dois (incluindo o dono).

Iniciando a análise baseada no modelo de Korunka et al. (2004), no que se refere aos traços de personalidade dos empreendedores pesquisados, 73,5% afirmaram que concordam totalmente que preferem ter seu próprio negócio do que serem empregados, comprovando a existência de uma forte tendência por parte destas pessoas a enfrentarem riscos. Neste sentido, percebe-se que a ousadia está presente na realização das novas atividades. Dentre os aspectos analisados, a identificação de oportunidades tem papel central na atividade empreendedora de êxito. De

acordo com a pesquisa, os participantes concordam totalmente em relação à possibilidade de explorar uma nova oportunidade com o negócio atual (65,1%), a capacidade de lançar novos produtos (51,8%) e de vislumbrar no fato do cliente não gostar de seu produto uma oportunidade para criar um novo produto (66%). Pode-se dizer que entre os atributos fundamentais de um empreendedor está sua habilidade de identificar e buscar os recursos para transformá-los em negócio lucrativo, demonstrando o valor de seu projeto e comprovando que tem condições de torná-lo realidade.

Ainda em relação à variável personalidade, a pesquisa demonstrou que 73% dos empreendedores declararam ter habilidades profissionais suficientes para trabalhar sem chefe, juntamente com 61,3% que responderem que mesmo que o mercado de trabalho fosse bom, preferiria trabalhar por conta própria, o que demonstra a grande necessidade de autonomia e independência destes. A criatividade surge como característica do perfil destes empreendedores, exteriorizada na afirmativa de 79,3% dos entrevistados, os quais preferem um trabalho criativo e instável do que um trabalho rotineiro. A orientação para o trabalho duro, tendo em vista uma vida melhor no futuro, foi apontada por 69,6% dos participantes que declararam concordar totalmente com essa afirmativa. A perseverança é uma outra característica destes empreendedores, os quais concordam totalmente (75,7%) que não desistem de seus negócios, por mais difíceis que sejam as situações.

Na seqüência da pesquisa foram levantadas características relacionadas à variável ambiente. Na declaração de 58,2% dos entrevistados, as necessidades financeiras constituem o principal motivo para dar início ao negócio, seguido da opção por mudar de vida (25,1%). Em relação às redes sociais que ajudaram na decisão de criação do negócio, 32,1% dos pesquisados declaram não ter recebido o apoio de familiares ou amigos durante a decisão de iniciar o negócio, tendo sido uma iniciativa própria. O índice mais representativo corresponde aos 23,8% que afirmaram ter recebido apoio dos pais, demonstrando a forte ligação entre familiares que permeiam principalmente a vida fora dos grandes centros urbanos.

No tocante aos recursos pessoais, 60,9% dos entrevistados não possuíam nenhum tipo de experiência profissional prévia que desse suporte ao trabalho ora desenvolvido. Daqueles que indicaram possuir alguma experiência anterior à realização do negócio, foi possível avaliar que esta experiência tinha pouca ou nenhuma relação com o negócio em questão, demonstrando a falta de ligação entre a atividade desenvolvida no momento e alguma prática profissional anterior. Os recursos financeiros empregados no início do negócio têm origem predominante de renda própria (73,7%), seguido de renda de parentes (20,1%) e financiamento bancário (7,4%). Esta situação sugere a falta de acesso ao crédito, o receio da inadimplência ou ainda a alta taxa de juros aplicada no país. Em virtude disto, fica comprometida a perspectiva de expansão destes negócios, principalmente entre aqueles mais dependentes da compra de máquinas e equipamentos, como o setor de confecção/acessórios.

Em relação às atividades organizacionais, a maioria dos empreendedores (70,4%) declarou que não havia coletado informações de nenhuma natureza antes de iniciar seu negócio, revelando a total ausência de planejamento formal nesta fase. Do restante (29,6%) que afirmou ter coletado informações iniciais, a minoria participou efetivamente de cursos de qualificação com noções básicas de plano de negócios, pois para a maioria dos empreendedores informais, a coleta de informações restringiu-se a um tipo de prospecção informal, caracterizada principalmente por contatos com amigos e familiares que possuíam algum tipo de conhecimento do ramo de negócio a ser explorado. Finalmente, verificou-se a existência de um certo equilíbrio entre os percentuais de empreendedores informais que não consideraram a possibilidade do negócio não dar certo antes de seu início (51,3%) e dos que consideraram tal possibilidade (48,7%). Estes resultados denotam que, apesar do fato de residirem em uma região de poucos recursos, comprometerem toda a sua renda nestes

negócios e até mesmo considerarem a possibilidade da inviabilidade destes, poucos empreendedores se preocuparam em planejar-se de maneira significativa antes de iniciar suas atividades.

As dificuldades do negócio mais marcantes são as relacionadas à falta de dinheiro (68,2%) presentes desde o início e durante todo o desenvolvimento do negócio. Como principal consequência está a falta de capital de giro, que impede o empreendedor informal de expandir seu negócio. A dificuldade financeira ocasiona a falta da compra de materiais (23,9%), a falta de ponto de venda (19,6%) e a falta de clientes (18,8%).

Um dado bastante significativo diz respeito ao apoio recebido por parte de alguma organização, não importando a natureza desta. A maioria dos entrevistados (92,2%) afirmou não ter contado com a orientação de nenhuma organização antes de iniciar as suas atividades. Este resultado demonstra a ausência da atuação de instituições que ofereçam orientações capazes de promover uma eficaz evolução destes negócios, por intermédio de um planejamento e capacitação desta mão-de-obra. Conclui-se ainda, a falta de políticas públicas que reconheçam a importância econômica e social destes empreendedores para a região.

Em relação à percepção sobre o desenvolvimento do negócio, 55,7% avalia que desde o início de suas atividades o desenvolvimento do negócio é bom, seguidos de 31,4% que avaliaram como regular.

5. Conclusões

A exemplos de trabalhos anteriores, os resultados deste trabalho cujo enfoque se deu sobre empreendedores do setor informal demonstrou que estes possuem traços de personalidade condizentes com uma postura empreendedora, fracos indícios de um ambiente propício ao desenvolvimento de um negócio bem sucedido, inadequada utilização dos recursos pessoais e inconseqüente planejamento das atividades organizacionais.

Os resultados deste estudo mostram, ainda, que a investigação de características isoladas dos traços de personalidade de novos empreendedores parece ser inapropriada, diante de uma perspectiva de configuração mais ampla. Ao invés de procurar efeitos causais de personalidade únicos diante do sucesso de novos negócios, seria mais adequado um entendimento mais amplo dos padrões relativos aos novos empreendedores, o que englobaria uma análise do ambiente, dos recursos pessoais e das atividades organizacionais.

Em relação à efetividade da ação política, muito embora este não fosse o principal objetivo da pesquisa, é possível lançar luz sobre alguns elementos que parecem essenciais. O primeiro deles diz respeito à impressão que fica nos pesquisadores de que os empreendedores agiam de forma individual e não dentro de um espírito mais cooperativo, entendendo fazerem parte de uma política de desenvolvimento e apoio à criação de novos negócios. Isto fica claro diante da não perspectiva de expansão das atividades, através da abertura de novos mercados (como o de exportação) ou acesso à linhas de crédito. Em segundo lugar, vale notar que talvez alguns dos elementos que indicam ser o padrão de comportamento pouco inadequado para um negócio bem sucedido poderiam ser minimizados através da oferta de cursos voltados, por exemplo, a noções básicas de criação de um novo negócio. Finalmente, seria interessante avaliar a possibilidade de inclusão destes pequenos negócios em cadeias de suprimentos já estabelecidas, sendo função do Estado estreitar alguma destas relações. Com isto, pretende-se ampliar as chances de que o negócio possa vir a ser uma empresa e realmente constituir-se uma fonte de renda significativa.

Referências

- BECHERER, R. C.; MAURER, J. G. (1999) - The proactive personality disposition and entrepreneurial behavior among small companies. *Journal of Small Business Management*, n.34, p. 28-36.
- BRAGA, João Nestor de Pinho. (2003) - *O empreendedorismo como instrumento de desenvolvimento. O programa IES/SOFTEX*. Bahia, 2003. Dissertação de Mestrado (Mestrado Profissional em Administração) – Núcleo de Pós-Graduação em Administração, UFBA.
- BRUSH, C.; GREENE, P. G.; HART, M. M. (2002) - Empreendedorismo e Construção da Base de Recursos. *RAE – Revista de Administração de Empresas*. Jan/Mar.
- CIELO, Ivanete Daga. (2001) - *Perfil do pequeno empreendedor: uma investigação das características empreendedoras em empresas de pequena dimensão*. Florianópolis, 2001. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC.
- DOLABELA, F. C. (1999) - *O segredo de Luísa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. São Paulo: Cultura Editores Associados.
- DORNELAS, J. C. de A. (2001) - *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus.
- FERREIRA, J. A. (2003) - *Formação de empreendedores: proposta de abordagem metodológica tridimensional para a identificação do perfil do empreendedor*. Florianópolis, 2003, Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) UFSC.
- FILION, Louis Jaques. (1999) - Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*. São Paulo v. 34, nº 2, abril-junho.
- FREITAS, Ana Augusta et al. (2004) - *Ações de Apoio ao Empreendedorismo: Uma Análise sob o Desenvolvimento de Novos Negócios*. In Anais do ENANPAD (CD ROM), Curitiba, Paraná.
- GARTNER, W. B. (1985) - A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academic of Management Review*, v.10, n.4, p.696-706.
- KORUNKA et al. (2003) - The entrepreneurial personality in the context of resources, environment and the startup process – a configurational approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, p.23-42.
- McCLELLAND, D. (1962) - Business drive and national achievement. *Harvard Business Review*, july-august, p.99-112.
- MINAYO, Maria Cecília. Ciência técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria Cecília (org.).(2001) - *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 19. ed. Petrópolis: Vozes, p. 9-29.
- MORRIS, M. H. (2001) - Revisiting “who” is the entrepreneur. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, v. 12, p. v – vii.
- PEREIRA, Sônia Maria. (2001) - *A Formação do Empreendedor*. Florianópolis, 2001. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC.
- SAMARA, B.S., BARROS, J.C. (1997) - *Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia*. São Paulo: Makron Books.
- SCHUMPETER, J. (1934) - *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper & Row.
- SHAVER, K. G.; SCOTT, L. R. (1991) - Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), p.23-45.
- TRIVIÑOS, Augusto N.S. (1987) - *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas.