
CARACTERÍSTICAS CONSIDERADAS COMO RELEVANTES EM UM EMPREENDEDOR DE SUCESSO: UMA AVALIAÇÃO CONTRASTANDO A PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO (SENDO COMUM) E DOS PRÓPRIOS EMPREENDEDORES

CASAROTI, Flávio Antônio C.⁴⁴
BATISTA, Luciano⁴⁵
CICCONI, Eduardo Garbes⁴⁶
BONACIM, Carlos Alberto Grespan⁴⁷

Recebido em: 2008-06-25

Aprovado em: 2008-08-28

ISSUE DOI: 10.3738/1982.2278.105

RESUMO: O objetivo desse estudo foi de realizar uma investigação acerca das características percebidas como fundamentais em um empreendedor. Para tanto, conduziu-se inicialmente uma revisão da literatura em que se observaram as características consideradas como relevantes em um empreendedor de sucesso. A partir do levantamento destas características, pode-se realizar uma avaliação contrastando (objetivo secundário) a percepção – sobre os fatores condicionantes do sucesso – da população (senso comum) e dos próprios empreendedores. Como resultados, verificou-se como principal característica apontada tanto na pesquisa de opinião pública quanto nas entrevistas com os empreendedores: estabelecer e manter uma rede de relacionamentos sólida como base primordial para o bom andamento de um empreendimento e diferencial dos empreendedores. O estudo também destacou fatores importantes como a qualidade e aprendizagem contínua na evolução do empreendimento e criação de novas oportunidades.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Rede de relacionamentos. Empreendedor.

CHARACTERISTICS TAKEN AS RELEVANT IN A SUCCESSFUL ENTREPRENEUR: AN EVALUATION CONTRASTING THE PERCEPTION OF POPULATION (COMMON SENSE) AND OF THE OWN ENTREPRENEURS

SUMMARY: This study objective was to accomplish an investigation about characteristics perceived as fundamental in an entrepreneur. For this, it's was initially conducted a literature review that it was observed the characteristics taken as relevant in a successful entrepreneur. From these characteristics lifting, it was possible to accomplish an evaluation contrasting (as secondary objective) the perception – about successful conditioning factors – of population (common sense) and of the own entrepreneurs. As results, it was verified as main characteristic pointed in public opinion research as well as in the interviews with entrepreneurs: to establish and maintain a solid relationship network as primordial base to a great entrepreneurship pace and as entrepreneur's differential. The study also detached important factors as quality and continuous learning for entrepreneurial evolution and new opportunities creation.

Keywords: Entrepreneurship. Relationship Network. Entrepreneur.

⁴⁴ Fundação Educacional de Ituverava. flaviocasaroti@yahoo.com

⁴⁵ Fundação Educacional de Ituverava. lbatisa@yahoo.com

⁴⁶ Coordenador do Curso de Administração Gestão de Negócios e Agronegócios da Fundação Educacional de Ituverava. eduardocicconi@feituverava.com.br

⁴⁷ Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - FEA/USP. carlosbonacim@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

A essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios tradicionais, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados, sobrepondo-os aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. (Dornelas, 2001).

A palavra empreendedorismo vem do francês *entrepreneur*, que traz o significado de **intermediário**, que posiciona no meio ou centro. Originalmente, relacionada como **atravessador**, entre a fonte fornecedora e o mercado consumidor, facilitando todo o processo de troca e assumindo riscos.

No século XVII surgiram os primeiros indícios entre a relação do correr riscos e empreendedorismo. Nessa época o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos, até que no século seguinte ocorreu à diferenciação entre capitalista (que fornecia capital) e empreendedor (aquele que assume riscos), provavelmente devido ao início da industrialização.

Com mais de 80 anos, o empreendedorismo hoje é uma ciência que cresce e ganha uma grande proporção com velocidade incrível em todo mundo. Vários pesquisadores e estudiosos dedicam-se à ciência do empreendedorismo, entre as várias definições encontradas na literatura desses periódicos, algumas chamam a atenção por destacar os diferentes aspectos do empreendedorismo.

O objetivo desta pesquisa é o de realizar uma investigação acerca das características percebidas como fundamentais em um empreendedor. Para tanto, conduziu-se inicialmente uma revisão da literatura em que se observaram as características consideradas como relevantes em um empreendedor de sucesso.

A partir do levantamento destas características, pode-se realizar uma avaliação contrastando (objetivo secundário) a percepção – sobre os fatores condicionantes do sucesso – da população (senso comum) e dos próprios empreendedores.

Esse item tem por objetivo apresentar os meios pelos quais se busca atingir os objetivos da pesquisa, levando-se em consideração o fato de que o método não deve ser mais importante do que o próprio problema de pesquisa.

Para chegar aos nomes dos empreendedores e aos nomes das empresas entrevistadas

no estudo de caso, foi realizada uma busca de variáveis, tais como: número de funcionários, valor patrimonial, número de funcionários, recolhimento de impostos, entre outras, que apontassem as empresas e os empreendedores que se destacam na região.

Várias instituições, repartições, associações e sindicatos do município foram procurados para obter essas informações. Procurou-se a Associação Comercial e Empresarial, sem sucesso, pois o programa **Empreender** estava em período de implantação e não obtinha índices de procura satisfatórios; a Prefeitura Municipal de Ituverava; Sindicatos do Comércio e Patronal não dispunham de arquivos com dados precisos e atualizados.

Segundo a literatura, uma investigação científica possui validade quando possibilita a triangulação de dados: análise documental, entrevista e observação direta. Na análise documental, optou-se pela realização de uma revisão bibliográfica acerca de estudos relevantes que discutem as características marcantes de um empreendedor.

A observação direta deu-se por meio da realização de uma pesquisa de opinião pública. Assim, optou-se pela realização de uma pesquisa que abrangesse universitários de toda a região, e pesquisa de consulta a população na parte central do município de Ituverava em dia útil, durante horário comercial, local este que se concentra um grande número de pessoas de todos os bairros da cidade, formando um universo de estudo propício à indicação de nomes de empreendedores e empresas.

Além disso, entrevistaram-se (por meio de entrevista não estruturada, para que não houvesse viés) os empreendedores mais lembrados, ou seja, aqueles cuja opinião pública apontou como referência.

Além desta introdução, o trabalho está dividido em três partes: (i) o suporte teórico dado pela revisão bibliográfica, apresentando as principais características de um empreendedor presentes na literatura; (ii) o estudo empírico com a realização das entrevistas com a população e com os próprios empreendedores; e (iii) a conclusão do trabalho face às informações geradas.

A CONSTRUÇÃO DA DEFINIÇÃO DE EMPREENDEDOR

Dolabela (1999), ao definir **empreendedor**, aponta como sendo considerados os **motores da economia** e agentes de mudanças. Indivíduos que geram inovação identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos para extrair o máximo de benefícios de suas crias. “Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.”

Empreendedores são pessoas consideradas diferenciadas dentro de uma sociedade. De acordo com Pimentel e Prates (2002), é necessário recorrer à psicologia para facilitar o entendimento entre as diversas variáveis que determinam a relação homem versus mundo.

Desta maneira, destaca-se inicialmente a formação da personalidade, que define-se por ser a soma total de maneiras pelas quais o indivíduo interage com os outros.

Com o passar do tempo, o indivíduo desenvolve padrões de habilidades ou respostas condicionadas a vários estímulos. À medida que um indivíduo começa a comportar-se de maneira semelhante sob condições semelhantes, esse comportamento é aquilo que o mundo a sua volta aprende a reconhecer como sua personalidade (DORNELAS, 2001).

McClelland (1961) mostra-se como um dos primeiros esforços em analisar a personalidade como uma característica ativa do empreendedorismo.

O empreendedor aceita riscos, ainda que muitas vezes seja cauteloso e precavido contra o mesmo, ele procura fazer sempre mais e melhor, nunca se contendo com o que já atingiu, qualquer atitude diferente dessa significa estagnar um empreendedor, e ele deve ter ambição de chegar um pouco mais além do que da última vez.

O empreendedor tem autoconfiança, acredita em si mesmo. Se não acreditasse, seria difícil tomar a iniciativa. A crença em si mesmo faz o indivíduo arriscar mais, ousar, oferecer-se para realizar tarefas desafiadoras, enfim, torna-o mais empreendedor, auto motivando-se ainda mais quando está engajado em projetos audaciosos e tarefas em que acredita. Essa motivação lhe basta, não sendo necessário nenhum tipo de prêmio externo, como a compensação financeira.

O entusiasmo está na motivação de suas idéias e projetos, a compensação financeira acontece como fruto dessas ações empreendedoras (MCCLEALLAND, 1961).

Segundo Fillion (1999), o meio também influencia diretamente nas atitudes empreendedora do ser humano. Se no meio social em que vive existem exemplos positivos de empreendedores, isso influenciará no surgimento de novos empreendedores.

O empreendedor cria equipe, delega, acredita e obtém resultados por meio de outros indivíduos. Ele alinha suas características empreendedoras ao conhecimento técnico que tem que adquirir, por meio de estudos e experiências de outros empreendedores, aliada a capacidade de liderança da equipe. O empreendedor depende cada vez mais de si próprio e cada vez menos de forças externas sobre as quais ele não tem controle, ele aprende a se controlar para, dessa forma, influenciar o meio de maneira que possa atingir seus objetivos de um jeito criativo.

Além disso, Schumpeter (1983) caracteriza o empreendedor como aquele capaz de influenciar positivamente a economia, mediante a introdução de inovações tecnológicas.

Sua mentalidade segue algumas linhas de pensamento lógicas, encontradas na teoria do **Ser empreendedor**, características listadas conforme o Quadro 1:

Características	Explicação
Perspectiva, Visão e Aprendizagem	Um empreendedor deve acreditar que o modelo atual pode ser melhorado. Através de mudanças, se obtém experiências, e essas, traduzem-se em ciência que, por sua vez é utilizada para fins evolutivos.
Busca de oportunidades e iniciativa	Aproveitar as oportunidades, fazer as coisas antes de forçado pelas circunstâncias e agir para expandir os negócios.
Correr riscos calculados	Expor-se a situações de risco moderado, avaliar alternativas, calcular os riscos agindo de forma a controlar resultados e reduzir esses riscos.
Qualidade e Eficiência	Fazer as coisas melhor, mais rápidas e mais barato.
Persuasão e Rede contatos	Usar estratégias para influenciar os outros, usar pessoas chaves para atingir objetivos, agir para desenvolver relações comerciais.
Persistência, Independência e Auto confiança	Agir diante dos obstáculos, mudar a estratégia para enfrentar desafios, assumir responsabilidade para atingir as metas. Buscar autonomia, manter seu ponto de vista diante da oposição, expressar confiança na própria capacidade.
Busca de informações	Dedicar-se a obter informações necessárias ao negócio, investigar como fazer o produto ou serviço, consultar especialistas.
Comprometimento, Estabelecimento de metas, Monitoramento	Fazer sacrifício pessoal para completar a tarefa, colaborar com funcionários para terminar um trabalho, manter o cliente satisfeito. Estabelecer objetivos e metas, definir objetivos e metas claras e específicas, estabelecer metas mensuráveis.

Quadro 1 – Características dos Empreendedores

Fonte: adaptado de Dutra (2004)

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Foram trezentos e cinco questionários respondidos, desses, selecionados os dez nomes de empreendedores e empresas mais citadas, além das características indicadas pelas pessoas pesquisadas. Além da indicação, solicitou-se que fosse indicado, dentre as características levantadas, qual a pessoa identificava no empreendedor citado.

Para comparar as características da teoria sobre empreendedorismo e as levantadas durante a pesquisa popular, foi elaborado um roteiro de entrevista, com isso foi possível comparar se a percepção da opinião pública com a percepção do empreendedor e também verificar se o empreendedor julga ter as características citadas pela teoria empreendedora.

Conforme os entrevistados, dentre as características levantadas pela teoria e apontadas pela pesquisa de opinião pública, a mais importante foi a rede de contatos, sendo inclusive a única apontada como a mais importante por todos os entrevistados. Já na pesquisa de opinião pública, ela não foi considerada tão importante, foi apenas à décima primeira colocada.

Tabela 1 –Apontamento da importância das características empreendedoras (percepção da opinião pública)

Empresas	Ranking	Características apontadas							
		Eficiência	Persistência	Rede de Contato	Comprometimento	Oportunidade	Qualidade	Informação	Metas
Sta Maria	12,1	12,7	18,9	10,3	16,1	13,4	17,9	9,9	16,7
VM	9,2	6,3	4,9	7,2	8,5	6,0	5,7	1,0	3,7
Maeda	7,2	5,6	10,7	6,2	7,6	5,2	8,6	8,9	5,6
Sta Maria	5,9	7,7	6,6	6,2	5,9	8,2	10,7	14,9	5,6
Pastelaria	5,9	8,5	4,1	8,2	5,1	2,2	5,0	5,0	11,1
Somatec	5,6	7,0	3,3	10,3	7,6	2,2	3,6	2,0	7,4
Gama Terra	4,9	4,9	6,6	4,1	4,2	6,0	2,9	3,0	6,5
Syscom	4,6	3,5	4,1	8,2	1,7	4,5	2,9	8,9	5,6
Odac	4,3	2,8	0,0	5,2	4,2	4,5	3,6	7,9	3,7
Aquarius	4,3	2,8	2,5	3,1	1,7	0,7	2,9	1,0	1,9
Paulista	3,9	2,1	0,8	5,2	5,1	5,2	3,6	2,0	3,7
Escritório Pre	3,0	2,1	3,3	2,1	3,4	3,7	3,6	5,0	0,9
ET Video	2,6	2,8	1,6	3,1	1,7	3,7	0,0	3,0	0,9
Coran	2,3	2,1	1,6	0,0	1,7	2,2	3,6	4,0	1,9
Doce Mel	2,0	2,1	2,5	2,1	0,8	3,0	0,0	3,0	1,9
Benedeti	2,0	1,4	1,6	1,0	0,8	2,2	0,0	1,0	0,9
Cia da Imagem	1,3	2,8	3,3	0,0	0,0	0,0	2,9	3,0	0,0
Evidenci Perf	1,3	1,4	1,6	2,1	0,0	1,5	1,4	1,0	0,9
Fatura	1,0	0,7	1,6	2,1	0,0	0,7	1,4	0,0	1,9
Diversas	16,7	20,4	20,5	13,4	23,7	24,6	20,0	15,8	19,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Assim sendo, as características levantadas para as entrevistas com os empreendedores seguiram os padrões do que foi levantado por meio de pesquisa, ou seja, segue os padrões teóricos, levando em conta o objetivo do trabalho de comparar a teoria versus a prática.

De uma maneira geral, todas as características evidenciaram uma importância significativa, já que cada uma demonstrou seu grau de relevância para os empreendedores entrevistados e também nas pesquisas com o público, tendo visto que a diferença de uma para a outra, em alguns casos, foi mínima.

Tabela 2–Apontamento da importância das características empreendedoras (percepção dos empreendedores)

Características	Concordo Plenamente	Concordo	Indiferente	Discordo	Discordo Plenamente
Rede de Contato	100	-	-	-	-
Qualidade	75	-	12,5	12,5	-
Aprendizagem	75	25	-	-	-
Busca de Dados	62,5	37,5	-	-	-
Informação	50	37,5	-	12,5	-
Eficiência	50	25	25	-	-
Oportunidade	50	37,5	12,5	-	-
Metas	37,5	37,5	12,5	12,5	-
Persistência	25	25	12,5	-	12,5

Segundo a percepção por parte dos empreendedores entrevistados a rede de contato é uma característica importante para o empreendedor e para o sucesso do empreendimento, mas verifica-se que essa característica isolada não é suficiente, o empreendedor deve, também, primar pela qualidade e pela busca constante da aprendizagem. O empreendedor deve buscar constantemente informações relevantes para o negócio ou para novos negócios e, com isso, criar e aproveitar as oportunidades que possam surgir.

Tabela 3 –Apontamento da importância das características empreendedoras (percepção dos entrevistados *versus* próprios empreendedores)

Características	Opinião Pública	Empreendedores
Eficiência	46,6	28,3
Qualidade	45,9	29,2
Oportunidade	43,9	29,2
Persistência	40,0	26,7
Comprometimento	38,7	30,8
Metas	35,4	26,7
Informação	33,1	28,3
Rede de Contatos	31,8	33,3

Após análise das características empreendedoras, ditadas por periódicos e órgãos afins, e do estudo das características reais envolvendo entrevistas com empreendedores do município de Ituverava, apontados por meio de pesquisa de opinião pública.

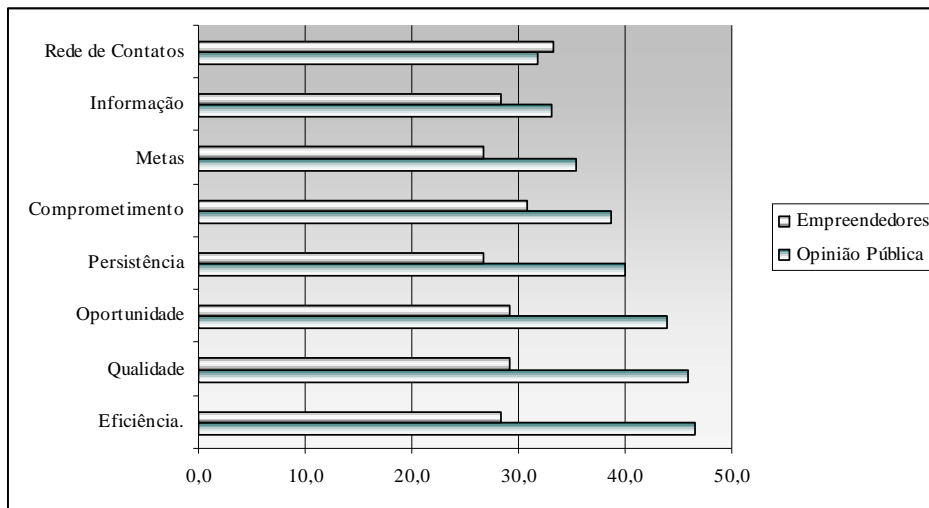


Gráfico 1 –Apontamento da importância das características empreendedoras (percepção dos entrevistados versus próprios empreendedores)

Dentre as características apontadas nas entrevistas com os empreendedores ituveravenses, pode se entender que estabelecer e manter uma rede de relacionamentos sólida é base primordial para o bom andamento de um empreendimento e diferencial dos empreendedores entrevistados, estreitando a margem de risco e atraindo novas oportunidades.

Mas somente isso não basta, é necessário organizar esses contatos e ampliar a rede através do marketing pessoal, estando sempre em evidência, cuidando da imagem, trocar cartões, contatos, materiais promocionais e efetivamente praticar e valorizar a tendência crescente das redes de relacionamento.

O estudo destacou fatores importantes como a qualidade, oferecendo sempre o que há de melhor com agilidade, demonstrando amor pelos sonhos e aprendizagem contínua na evolução do empreendimento e captação de novas oportunidades, várias vezes não bem compreendidas por alguns. Deixa o medo de lado gerando conseqüentemente a busca de dados para elaboração desses.

“Tenho amor e paixão pelo que faço e desafio por opção”. (Clóvis Pinheiro Junior – Oficina da Comunicação)

“Empreendedores de sucesso são dados como loucos por ousarem. Querer é poder, mas não para os fracos, pois precisa de muita paixão, garra e perseverança. A ousadia vicia”. (Walter Gama Terra Jr – Gama Terra S/A)

Está evidenciado nas entrevistas efetuadas o posicionamento de forma mediana diante estar informado de acontecimentos da macro e micro região e na busca de melhorias em produto, eficiência e bem estar aos colaboradores. Ainda com receio é com um pouco de segurança para aproveitar das oportunidades.

“Paciência, namorar meu empreendimento para dar o beijo certo”. (Bassim Tannous – Supermercados Paulista)

“Olho no mercado, equipe motivada com estrutura para lazer, esporte e saúde são diferenciais da minha empresa e estratégia de crescimento continua”. (Sidnei Nicolau – Syscom Informática)

De baixa importância o estabelecimento de metas para alcance dos objetivos e não se comprometendo no contexto, com risco de não completar o almejado. Todavia, evidencia-se a falta da mesma frequência entre as características empreendedoras pesquisadas, concluindo que todos os pesquisados prezam e carregam consigo as características defendidas teoricamente para ser um empreendedor de sucesso, porém com grau de aplicação variável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi o de realizar uma investigação acerca das características percebidas como fundamentais em um empreendedor. Para tanto, conduziu-se inicialmente uma revisão da literatura em que se observaram as características consideradas como relevantes em um empreendedor de sucesso.

Para tanto, realizou-se uma avaliação contrastando (objetivo secundário) a percepção – sobre os fatores condicionantes do sucesso – da população (senso comum) e dos próprios empreendedores.

Os resultados desta investigação permitem algumas reflexões. Um empreendedor deve ser caracterizado por um conjunto de características que, analisadas isoladamente, não seriam fatores determinantes para o sucesso dos mesmos. O empreendedor além de possuir rede de

contatos, preocupação com a qualidade, deve buscar constantemente maior aprendizagem e informações para criar e aproveitar as oportunidades. A visão da sociedade de um empreendedor de sucesso é de uma pessoa eficiente, preocupada com a qualidade, persistente e comprometida.

Quando os obstáculos aparecem, um empreendedor não espera que os tais fatores externos (governo, empregador, família etc.) venham resolver seus problemas, a iniciativa será demonstrada como capacidade de ação, seu otimismo e segurança, muitas vezes são confundidos com sonhos e ilusões entretando o empreendedor tem visão do que o mundo lhe oferece, ele vai além e acredita nas possibilidades de solução, no potencial de desenvolvimento, mesmo desacreditado pelo meio em que está inserido.

Sua persistência, convicção e motivação não o deixam descartar um projeto no meio do caminho até que as coisas comecem a funcionar adequadamente. Caso o resultado final seja o fracasso de seu projeto inicial, ele saberá reconhecer seus erros e não vai se abater com a possibilidade de iniciar um novo projeto, mesmo que esse seja semelhante ao anterior, ele prefere se arriscar novamente a paralisar-se.

Definitivamente, empreendedores são pessoas que não apreciam situações de normalidade ou mediocridade. Empreendedores são, antes de tudo, pessoas que têm a capacidade de enxergar o invisível. A isso, intitula-se a famosa máxima: Empreendedores possuem visão.

Inovações em corporações e corporações com inovações surgem, na maioria das vezes, em momentos de necessidade, momentos de necessidade demandam grandes soluções que, por sua vez, demandam grandes idealizadores. Para qualquer solução necessária exige-se riscos e tentativas.

Riscos e tentativas costumam estar presentes em ambientes dinâmicos e hostis. Em resumo, alguém precisa ter estrutura profissional e emocional para seguir na direção contrária do fluxo praticado. Em primeira instância e, em 99% das vezes, o primeiro *feedback* solicitado trará péssimo incentivo. "Não, isto não vai dar certo".

Aproveitar as oportunidades, não deixar que elas passem sem serem efetivamente levadas a sério, agindo de forma com que a mesma leve o negócio em questão a expansão. Correr risco avaliando todo o cenário em que o empreendimento está inserido, antecipando ações que venham a solucionar possíveis problemas, agindo de encontro aos obstáculos assumindo assim a responsabilidades pelas metas pré-estabelecidas.

Exceder os padrões de excelência e assegurar o trabalho terminado a tempo e na

qualidade combinada, para isso o empreendedor usa de todo o seu poder de persuasão e negociação, utilizando a sua grande lista de contatos, influenciando as pessoas em seu meio para atingir seus objetivos. Ele busca ter o controle de suas idéias e a difusão da mesma diante da oposição, demonstrando todo seu poder e capacidade de lidar com essas situações delicadas.

A importância desse estudo está na possibilidade de comparação entre a visão da comunidade (acerca das características de empreendedores, reconhecidos por ela como de sucesso) com as características apontadas pela teoria e também uma auto-avaliação dos empreendedores sobre as características percebidas como inerentes a sua personalidade.

O mercado atual necessita de novos métodos para realizar processos antigos e nesse momento a criatividade do empreendedor vai mais longe, para que negócios possam evoluir com as mudanças. Ele não fica à espera que os outros decidam por ele, tomando decisões e aceitando as responsabilidades das suas atitudes, definindo metas e conseqüentemente tentando atingi-las, sem se abater com os obstáculos.

REFERÊNCIAS

- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**, 6. ed. São Paulo: ed. de Cultura 1999.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luisa**. 2. ed. São Paulo: Cultura 2004.
- DOLABELA, F. **Pedagogia empreendedora**. São Paulo: Cultura 2003.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios**, São Paulo: Campus, 2001.
- DUTRA, I. S. Ambiente empreendedor e a mortalidade empresarial: estudo do perfil do empreendedor da micro e pequena empresa no norte do Paraná. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 28, 2004, São Paulo. **Anais....** Curitiba - PR, 2004.
- EMPREENDEDOR. **Inovação, gestão e valores de negócios**. Disponível em: <www.empreendedor.com.br> . Acesso em 14 abr. 2007.
- FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo v.34, n.2, p.05-28, abril/junho 1999.
- MCCLELLAND, D.. **The Achieving society**. New York: VanNostrand, 1961.
- PIMENTEL, R.C., PRATES, G.A., **Tempo, espaço, tecnologia e o ser humano a vertente para o empreendedorismo**. São Paulo: Nova, 2002.

SEBRAE. **Características do empreendedor**. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/br/parasuaempresa/soumesmoempreendedor_67.asp>. Acesso em 12 abr. 2007.

SHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.