

O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: UM ENSAIO PARA O SEU DESENVOLVIMENTO

Marilene Bronoski¹
E-mail: bronoski@unicentro.br
Universidade Estadual do Centro-Oeste
Guarapuava, PR - Brasil

Recebido em 15 de agosto de 2007.
Aprovado em 10 de novembro de 2007.

Resumo: Com a crescente redução do emprego formal na contramão do crescimento econômico, a iniciativa empreendedora para assumir negócios próprios fica cada vez mais necessária. Este artigo, através de uma pesquisa bibliográfica baseada em fontes especializadas e estudiosos da área, propõe uma reflexão sobre o tema, mostrando, primeiramente, a situação do empreendedorismo no Brasil comparativamente com alguns países, passando a relacionar algumas orientações sobre o empreender com sucesso, tais como: características comuns a empreendedores bem sucedidos, etapas para a escolha e planejamento na abertura de negócio bem como as condições para a condução do empreendimento. Conclui-se que o empreendedorismo pode ser aprendido e que um cuidadoso projeto sobre o futuro negócio, bem como com o concurso de entidades especializadas de apoio ao empreendedorismo, diminuem-se os riscos de fracassos futuros.

Palavras-chave: empreendedorismo, características empreendedoras, plano de negócios.

Abstract: With the increasing reduction of formal jobs and in the opposite path of economic growth, the enterprising initiative to take over one's own businesses is more and more necessary. This paper, by means of a bibliographical review of specialized sources and scholarship in the area, prompts a reflection upon the subject. Firstly, it provides an overview of the entrepreneurship situation in Brazil as compared with other countries. It also considers some guidelines

¹ Docente do curso de Administração/UNICENTRO. Administradora pela Universidade Estadual de Ponta Grossa, graduada em Engenharia Civil pela Universidade Estadual de Ponta Grossa, Mestre em Ciências Sociais Aplicadas e Doutora em Engenharia Florestal, área de Tecnologia e Utilização de Produtos Florestais da UFPR.

on successful entrepreneurship, such as common characteristics of successful entrepreneurs, stages for the choice and planning of business opening, as well as the conditions for enterprise leading. One concludes that entrepreneurship can be learned and that a careful project regarding the future business, as well as the convergence of partners that are specialized in entrepreneurship support, are crucial factors to diminish the risks of future failures.

Key words: entrepreneurship, enterprising characteristics, business plan.

INTRODUÇÃO

O emprego e o empreendedorismo

A questão do emprego no mundo e no Brasil tem gerado grandes discussões tanto junto aos órgãos responsáveis pelas políticas públicas como pelos estudiosos no assunto, principalmente nos ambientes acadêmicos.

Há um descompasso entre a oferta de novos postos de trabalho e o ingresso da população economicamente ativa no mercado de trabalho. A variação entre os anos de 2005 para 2006 foi de um crescimento do PEA em 4,1% contra 2,8% na criação de oportunidades de emprego no Brasil. A taxa de desemprego no país pulou de 9,4% em 2005 para 10,6% em 2006 (GEM, 2006). Em relação ao crescimento econômico, esta diferença é mais significativa. No período entre 1993 e 1995, verificou-se um crescimento econômico de 15% com apenas 2% na geração de empregos. Na Europa, entre 1970 e 1992 com um crescimento econômico de 73% (com uma média de 3,32% ao ano), a geração de empregos foi de apenas 7%, com uma média de 0,32% ao ano.

Claro que esta diminuição do emprego formal já há muito evidenciado tem causas claras e previsíveis, como a automação e as novas formas organizacionais, por exemplo.

Bridges (1995) comenta que, muito embora nosso apego ao vínculo empregatício seja forte, o emprego tal como o conhecemos é uma invenção moderna, existente há não mais que dois séculos. A sobrevivência das famílias anteriormente a ele acontecia normalmente, de modo que as competências e habilidades do indivíduo eram utilizadas ou em negócios próprios (normalmente na forma de artesanato) ou em serviços de outros em períodos sazonais e temporários, condicionados, majoritariamente, às condições climáticas.

Em função disto, surge como forma alternativa para a ocupação do homem, a abertura de negócios próprios, formal ou informalmente (ZOGHLIN, 1994).

Bridges(1995) afirma que, em contrapartida ao desaparecimento dos empregos, as oportunidades de trabalho estão crescendo, e, é no setor de serviços que estão as maiores e melhores possibilidades. Está, também, no setor de serviços a maior geração de empregos tanto no Brasil como no resto do mundo.

O empreendedorismo, no sentido de iniciar e gerir empreendimentos como meio de assegurar a sobrevivência e a manutenção de uma vida digna ao seu proprietário deve ser visto sim como uma alternativa viável. Porém, o ímpeto para tomar esta decisão, na maioria das vezes, isenta de planejamento e de uma identificação clara das oportunidades de mercado, merece preocupação para que se evite desperdício de tempo e demais recursos.

Este artigo se propõe, a partir da certeza da importância do empreendedorismo no atual cenário econômico e social como forma de garantir a ocupação dos trabalhadores, mostrar a situação do setor no Brasil e apontar técnicas e orientações para tal problemática.

METODOLOGIA DE PESQUISA

O trabalho foi realizado por meio de uma pesquisa bibliográfica, utilizando-se de fontes secundárias, procurou-se englobar material publicado de alguns autores consagrados a partir de livros, revistas, dissertações e sites especializados.

SITUAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Segundo Lacombe (2004, p. 128), empreendedor é a “pessoa que percebe oportunidades de oferecer no mercado novos produtos, serviços e processos e tem coragem de assumir riscos e habilidades para aproveitar essas oportunidades”, definição comumente aceita no meio acadêmico. Porém, a mais antiga e que melhor reflete o espírito empreendedor é a de Joseph Schumpeter (1949), citado por Dornelas (2001, p. 37): “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.”

Dados da última edição do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2006), pesquisa anual envolvendo quarenta e dois países, sendo vinte e um em desenvolvimento, trazem algumas notícias em relação ao empreendedorismo no Brasil e nem todas positivas em relação a negócios já existentes.

A motivação para os negócios no Brasil, por exemplo, corrobora com a tese do despreparo para esta iniciativa em função, na maioria das vezes, da urgência em conseguir recursos para a sobrevivência considerando a falta de emprego. Segundo esta pesquisa, os empreendedores ditos *por oportunidade* são aproximadamente iguais ao número dos de *por necessidade*, ou seja, 48% contra 52%, respectivamente. Com este percentual o Brasil passou do quarto para o sexto colocado entre os países pesquisados com relação aos empreendedores por necessidade. Em termos práticos, para cada indivíduo que empreende por oportunidade, existe outro que empreende por necessidade. Esta situação nos países de maior renda, como a Noruega e a Dinamarca, por exemplo, é de apenas 5% para esta motivação contra 95% entre os empreendedores por oportunidades. No país vizinho, a Argentina, são apenas 28% por necessidade. Tal situação também reflete a situação do mercado de trabalho formal brasileiro, impelindo o indivíduo a empreender para garantir sua sobrevivência normalmente sem o preparo necessário, já comentado anteriormente e corroborado por Dornelas (2001, p. 92-93).

O índice de mortalidade das micro e pequenas empresas brasileiras, nos primeiros anos de existência, atinge percentuais próximos a 70%. Nos Estados Unidos, país referência em empreendedorismo e criação de empresas com sucesso, este percentual também é considerado alto. Segundo Dornelas (2001, p. 92) é acima de 50% em algumas áreas de negócios. Isto mostra que, neste quesito, os americanos cometem erros parecidos com os brasileiros.

Outras conclusões da pesquisa realizada pelo GEM (2006) mostram que o Brasil se encontra em décimo lugar entre os mais empreendedores para negócios com até 3,5 anos de funcionamento, com 11,65% da população que compreendeu dirigentes de empresas com a idade entre 18 a 64 anos. Embora a média mundial seja de 9,5%, por exemplo, o país perdeu três colocações em relação ao ano de 2005. O fato positivo é que o percentual entre o número de empreendedores estabelecidos (com mais de 3,5 anos de funcionamento) aumentou em 0,44 pontos percentuais, indo de

11,65% em 2005 para 12,09% em 2006, significando que, apesar da pequena variação, os negócios estão sobrevivendo mais. Comparativamente a 2003, este aumento foi de 4,49% (GEM, 2006).

Fato preocupante foi d que os empreendimentos nascentes, com até três meses de funcionamento, diminuíram praticamente pela metade de 2003 para 2006, indo de 6,5% para 3,5%. Os motivos podem ter sido uma maior absorção da mão de obra excedente em função da estabilidade econômica ou pelas grandes dificuldades na abertura dos novos negócios.

Outra conclusão desta pesquisa (GEM, 2006) foi a apuração das causas da descontinuidade dos empreendimentos brasileiros, de modo que as razões financeiras e a excessiva competição são os principais motivos destacados entre os empreendedores por oportunidade. Isto mostra que, mesmo nesta categoria, a falta de preparo para a atividade empresarial é confirmada, na medida em que a má gestão financeira e efeitos do ambiente não são previstos e, assim, são mais dificilmente contornados.

Entre os fatores que atrapalham o empreendedorismo no Brasil, a mesma fonte indica que as *políticas governamentais* são as mais importantes com 26,7%, seguido pelo *apoio financeiro disponível* com 23,8% (GEM, 2006). Historicamente, as dificuldades de acesso ao crédito por parte do pequeno empresário têm tornado muito difícil o início de sua atividade. Quando se referem às políticas governamentais, em função da atual estabilidade econômica que permite uma maior previsibilidade dos resultados, dirigem-se à elevada carga tributária imposta, apesar de esforços no sentido de desburocratizar o pagamento dos tributos cujo montante ainda impede o fortalecimento e o aparecimento das pequenas empresas.

É indiscutível a importância dos pequenos negócios nos aspectos econômicos e sociais no mundo todo. No Brasil, por exemplo, correspondem a 99,2% das empresas formais, 20% do PIB e 57,2% dos empregos formais no Brasil, segundo a Revista Expressão e Marcas (VIDA nova ao empreendedorismo, 2007, p. 35-38). Entre 1995 e 2000, enquanto as grandes empresas criaram trinta mil postos de trabalho, as micro e pequenas geraram um milhão e quatrocentos mil. O lado negativo é que existem 10,3 milhões de empresas informais com 13,8 milhões de pessoas empregadas nelas.

Quando a idade de maior incidência para tornar-se empreendedor é próxima aos 40 anos (BRONOSKI, 1999), favorecido por motivos circunstanciais (perda do emprego) ou por condições favoráveis

(reserva financeira acumulada, experiência adquirida, prospecção de boas oportunidades).

Uma pesquisa realizada entre os alunos da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), em 2002, envolvendo dezenove cursos superiores entre licenciaturas e bacharelados, mostra que o desejo empreendedor diminui com a evolução do curso, ou seja, há maior interesse de se tornar empresário entre os alunos iniciantes do que os concluintes (BRONOSKI, 2003). Tal resultado vem ao encontro à chamada *Síndrome do Empregado*, proposto por Dolabela (2000), quando o autor afirma que, quanto mais seguro fica o aluno com o aumento de conhecimento específico transferido pela escola na sua área de formação, maior a sua intenção em se tornar empregado, seja em empresas públicas ou privadas.

É grande o número de alunos que deseja ingressar no funcionalismo público depois de formado, mormente nas licenciaturas como um todo e no curso de Ciências Contábeis (BRONOSKI, 2003).

A autora apurou, ainda, que nas séries nas quais existe disciplina voltada ao empreendedorismo, cujos conteúdos contemplam o estudo dos ambientes empresariais, orientações sobre gerenciamento e o planejamento necessário para a abertura de empresas, a intenção de se tornar empresário aumenta de forma considerável. Isto mostra que o empreendedorismo pode ser ensinado, quando proporciona ao indivíduo maior conhecimento administrativo e o estímulo ao desenvolvimento de características empreendedoras, diminuindo a sua insegurança (BRONOSKI, 2003).

Sobre esta questão, Dornelas (2001, p. 39) entende que um curso de empreendedorismo deve focar a identificação e o entendimento das habilidades do empreendedor, possibilitando ao aluno compreender como ocorre a inovação no processo levando-o a preparar um plano de negócios, habilitando-o a fazer a empresa crescer, entre outros conteúdos pertinentes.

Considerando a importância das iniciativas de pequenas unidades empresariais e do seu fortalecimento relacionado à preparação do empresário, os tópicos seguintes serão destinados a traçar algumas considerações sobre a identificação da capacidade empreendedora e dos mecanismos de diminuição do risco, conforme a proposta deste artigo.

ELEMENTOS BÁSICOS DA CAPACIDADE EMPREENDEDORA

Algumas pessoas já nascem com maior qualificação para o empreendedorismo. Outras não têm talentos inatos, mas que poderão ser desenvolvidos e aprendidos, conforme afirmação de Dornelas (2001, p. 39).

Questões como o que torna uma pessoa empreendedora e quais são os elementos essenciais da capacidade empreendedora atraem o interesse de inúmeros estudiosos que reconhecem que os empreendedores bem sucedidos têm algumas características comuns, como:

- **Iniciativa:** São os indivíduos que agem sem esperar por situações teoricamente ideais, a partir do governo, do mercado, do parente, do padrinho, etc. A iniciativa faz com que o problema seja resolvido sem delongas.

- **Autoconfiança:** O empreendedor acredita em si mesmo. Esta crença faz com que se arrisque e ouse mais, aceite situações mais desafiadoras exigidas no seu ambiente empresarial.

- **Aceitação do risco:** O empreendedor aceita riscos. Ainda que seja muitas vezes cauteloso e precavido contra o risco, o aceita em alguma medida.

- **Sem temor do fracasso e da rejeição:** O empreendedor faz tudo o que for necessário para não fracassar, mas não é atormentado pelo medo paralisante do fracasso. Pessoas com grande amor próprio e medo do fracasso preferem não tentar correr o risco de não acertar e, assim, ficam imobilizadas.

- **Decisão e responsabilidade:** O empreendedor não fica esperando que os outros decidam por ele. Neste sentido, toma decisões e aceita as responsabilidades que estas acarretam.

- **Energia e otimismo:** A energia juntamente com o otimismo é fundamental para lançar-se a novas realizações. O otimista não é o sonhador ou iludido, mas é aquele que crê nas possibilidades que o mundo oferece.

- **Controle:** O empreendedor acredita que sua realização depende de si mesmo e não de forças externas sobre as quais não tem controle.

- **Voltado à equipe:** O empreendedor, em geral, não é o operador. Ele cria equipe, delega, acredita nos colaboradores, obtém resultados através das pessoas que o cercam.

- **Persistência:** O empreendedor, por estar motivado, convicto, entusiasmado e crente nas possibilidades, é capaz de persistir até que as coisas comecem a funcionar adequadamente.

- Criativo e pesquisador: O empreendedor exerce a criatividade sobre situações rotineiras e não se contenta com o que está sendo feito, por melhor que pareça. Busca permanentemente explicações para as ocorrências e as possíveis soluções.

Exercícios de auto-percepção e auto-conhecimento são fundamentais para os potenciais empreendedores identificarem as características já existentes e quais as necessárias serem desenvolvidas (SEBRAE, 2007).

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO NA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Independente do tamanho ou do tipo do empreendimento que se queira criar o ponto de partida para reduzir os riscos de fracasso é elaborar um plano de negócios. De acordo com Dornelas (1991, p. 96) o plano de negócios “é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa.”

Segundo Pinson e Jinnat (1996), citado por Dornelas (2001, p. 94), pelo menos três motivos podem ser destacados para se efetuar um planejamento:

- Toda a empresa precisa de um planejamento de seu negócio para poder administrá-lo e apresentar sua idéia a investidores, bancos, clientes, entre outros interessados.
- Entidades financiadoras e de outros recursos financeiros precisam de um plano de negócio da empresa solicitante para avaliar os riscos inerentes do negócio.
- Exige que o empresário, principalmente o micro e pequeno, organize o pensamento sobre seu negócio e conheça conceitos tais como: ponto de equilíbrio, projeções de faturamento, lucratividade, prazo de retorno do investimento entre outros, no processo de realização do plano de negócios.

Na prática, deve-se colocar no papel uma simulação o mais próxima possível do real de como a empresa funcionará e de qual espaço terá no mercado. Quanto maior o tempo dedicado a sua confecção, maiores serão as possibilidades de êxito, bem como maior será a segurança para tomar a decisão de empreender, ou em que condições tal projeto torna-se viável.

Este plano deve ser minucioso, utilizando-se de fontes confiáveis, apurando-se, por exemplo:

- Quem serão os clientes, os concorrentes e os fornecedores
- Os cenários econômicos, políticos, social, ambiental e cultural

- Os diferenciais competitivos, respondendo em que a empresa será mais atrativa em relação à concorrência existente
 - As competências internas que a empresa terá, ou seja, o que a empresa sabe fazer melhor que as demais
 - A avaliação dos recursos disponíveis, ou seja, o volume de dinheiro para investimento e para capital de giro, número e qualificação dos colaboradores, estrutura física como instalações, equipamentos e ferramentas necessários (Plano de Negócios, 2007).

Pesquisas em fontes primárias – através do fornecedor, público-alvo e junto ao concorrente, e fontes secundárias – revistas, jornais, sites específicos, etc. – são necessárias e devem ser trabalhadas de forma organizada para a identificação, além de outras situações, da viabilidade econômico-financeira do negócio pretendido.

Inúmeros modelos estão disponíveis em livros e *sites* de orientação ao futuro empreendedor e literaturas específicas como em Pereira e Santos (1995) e Dornelas (2001, 242-292), por exemplo, e acessíveis ao leitor independente da escolaridade e formação profissional.

Órgãos especializados em orientação gerencial como o SERVIÇO DE APOIO À PEQUENA EMPRESA (SEBRAE) em seus diversos escritórios, propiciam programas específicos ao interessado, como o Programa Próprio, por exemplo, que, além das informações sobre tributos das micro e pequenas empresas, legalização do empreendimento, linhas de crédito disponíveis e cursos gerenciais nas diversas áreas, oferece a confecção assistida do plano de negócios e a análise da viabilidade econômico-financeira do mesmo (SEBRAE, 2007).

PREPARO PARA ADMINISTRAR O NEGÓCIO

Muitas são as literaturas que procuram identificar os motivos de sucesso ou de fracasso de um empreendimento. Penteadó (1999) reúne em uma obra depoimentos de uma dezena de empresários considerados bem sucedidos, na qual, em síntese, apresentavam sua receita de sucesso que tem a ver com a alegria e o bom humor, até a formação educacional e a dedicação extremada ao negócio.

Pinchot III (1989, p. 17), em pesquisa realizada com empreendedores, levantou que o sucesso nos negócios se dá pela inovação, assunção de riscos e iniciativa.

Gerber (1996, p. 52-58) comenta que para um empreendimento ter sucesso, o empresário deve desempenhar habilmente os seguintes papéis: Empreendedor, Técnico e, Gerente. Isto quer dizer que, além de prospectar permanente novas oportunidades e acompanhamento das variáveis ambientais, deve conhecer profundamente o que desenvolverá nos seus aspectos técnicos, as tecnologias disponíveis, enfim: o *como fazer* e, pelo lado gerente, deve apurar, de forma organizada e sistematizada seus resultados financeiros, analisá-los e tomar decisões corretivas, se necessário. O lado gerente terá também a responsabilidade de otimizar o uso dos recursos a partir de informações confiáveis e em tempo real do movimento da empresa. Este autor reconhece que estes papéis reunidos numa só pessoa são quase impossíveis. Sugere, em função disto, que o empreendedor se associe com outras pessoas que completam suas habilidades ou, em situação menos recomendada, que contrate colaboradores para as funções de técnico ou de gerente. Alerta, entretanto, que jamais deve delegar a de empreendedor, característica fundamental do empresário.

Assim sendo, recomenda-se ao potencial empresário preparar-se e aprimorar-se em cursos de profissionalização técnica e empresariais disponíveis no mercado voltados a atividade a ser desenvolvida. A busca de atualização deve ser permanente durante toda a sua vida empresarial, com o objetivo de acompanhar das tendências no ramo e a variações do mercado.

AFINIDADE COM O RAMO DE NEGÓCIO

Manter uma afinidade com o ramo pretendido, ou seja, ter tido alguma experiência anterior como empregado ou como empregador e estar disposto a trabalhar com afinco, pelo menos nos primeiros tempos do negócio, é condição vital para o sucesso. Fazer o que se gosta facilita a viabilização de idéias, muitas vezes contrariando as tendências e previsões mercadológicas do ramo pretendido (SEBRAE, 2007).

Segundo Dornelas (2001, p. 38), empreender em algo que se tenha paixão é um facilitador para o exercício empresarial.

CONCLUSÃO

Pela grande importância que as micro e pequenas empresas (MPE) têm nos aspectos econômicos e sociais muito se tem discutido sobre a

melhor forma de facilitar o seu surgimento e de como fortalecê-la nos naturais desafios de sua existência.

Observa-se, porém, a partir de pesquisas realizadas, que o candidato a empresário e o iniciante, ainda, se deparam com inúmeros fatores desestimuladores ao empreendedorismo, como as políticas governamentais e dificuldades de acesso a linhas de crédito, externos às fronteiras das micro e pequenas empresas e de âmbito macroeconômicos. São fatores com os quais pouco ou nenhuma influência o potencial empresário têm. Desta forma, compete a ele recorrer a alguns instrumentos e informações que estão à sua disposição e que permitam uma maior proteção do futuro negócio na medida em que possibilita antever possíveis adversidades ambientais.

A identificação de suas potencialidades naturais para que sejam canalizadas para o negócio e o conhecimento das características pessoais a serem desenvolvidas, aliado à elaboração de um bom plano de negócios a partir da observação de oportunidades de mercado que lhe sejam afins, são indispensáveis para a diminuição dos riscos. O conhecimento técnico e gerencial do empreendimento, igualmente importante, deve ser buscado em todas as suas fases, seja por meio de experiências anteriores como ex-empresário, empregado ou estagiário, em cursos de curta duração, conversas com especialistas e leituras em fontes confiáveis sobre o ramo pretendido.

Por fim, recorrer às entidades especializadas na orientação empresarial facilita a concretização dos projetos empresariais.

Às instituições de ensino, especialmente as universidades, sugere-se inserir em suas grades curriculares disciplinas relativas ao empreendedorismo e ao conhecimentos de gerenciamento possibilitando o exercício prático em empresas constituídas para este fim, seja objetivando um melhor preparo de seus egressos a uma alternativa ao emprego formal, seja diminuindo, ainda, o dispêndio de recursos e energia aos muitos que se aventuram nesta empreitada.

REFERÊNCIAS

BRIDGES, W. *Um mundo sem empregos: os desafios da sociedade pós-industrial*. São Paulo: Makron Books, 1995.

BRONOSKI, M. *Fatores de sucesso no empreendimento na região de Guarapuava*. Dissertação de Mestrado: Centro Universitário Católico do Sudoeste do Paraná - UNICS: Palmas, 1999.

_____. O potencial empreendedor no meio acadêmico. *Revista Administrare*, Curitiba, v. 2. n. 1, p. 9-21, 2003.

DOLABELA, F. *Empreendedorismo: ciências, técnica e arte*. Instituto Euvaldo Lodi, CNI, IEL Nacional, 2000.

DORNELAS, J.C.A. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

GERBER, M.E. *O Mito do empreendedor revisitado*, São Paulo: Saraiva. 1996

GLOBAL ENTREPRENEUSHIP MONITOR (GEM). *O empreendedorismo no Brasil*. IBQP. Relatório Global 2002. Curitiba: Sebrae, 2006.

LACOMBE, F. J. M. *Dicionário de administração*. São Paulo: Saraiva, 2004.

PENTEADO, J. R.W. *Como eles chegaram lá: as receitas, o marketing pessoal e os momentos mágicos de 10 profissionais de sucesso*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PEREIRA, H. J; SANTOS, S. A. *Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor*. São Paulo: Sebrae, 1995.

PINCHOT III, G.. *Intrapreneuring: porque você não precisa deixar a empresa para tornar-se empreendedor*. São Paulo: Harbra, 1985.

PLANO de negócios. Disponível em: <[http:// www. geranegocio.com.br/html/geral](http://www.geranegocio.com.br/html/geral)> Acesso em: 10 ago.2007.

SERVIÇO DE APOIO À MICRO E PEQUENA EMPRESA DO PARANÁ (SEBRAE/PR). Disponível em: <[http:// www.sebraepr.com.br/br/parasuaempresa](http://www.sebraepr.com.br/br/parasuaempresa)> Acesso em: 15 jul.2007.

VIDA nova para o empreendedorismo. *Revista Expressão & Marcas*. Anuário. Ano 16, n. 149, jun.2007. Anuários de expressão, p. 35-38.

ZOGHLIN, G. G. *De executivo a empreendedor*. São Paulo: Makron Books, 1994.