



A educação empreendedora e o sucesso empreendedor

Bruno Fernandes Boeira (UNIFRA) brunofernandesboeira@yahoo.com.br
Greice de Bem Noro (UNIFRA) greice@unifra.br

Resumo:

O presente estudo está ligado ao Grupo de Pesquisa e Extensão do Curso de Administração – GPEx, do Centro Universitário Franciscano e parte da temática relacionada às variáveis que auxiliam no sucesso empreendedor, mais especificadamente, as variáveis relacionadas à educação empreendedora. Para tanto, parte do objetivo geral de analisar o nível de influência da formação empreendedora no sucesso dos micro e pequenos empreendedores de Santa Maria filiados à AJESM – Associação dos Jovens Empreendedores. Como procedimentos metodológicos está sendo realizada uma pesquisa de natureza quantitativa, descritiva, que configura-se em uma pesquisa de campo. Para tanto, um questionário estruturado foi desenvolvido junto ao sistema formsite e enviado por e mail a todas as empresas pertencentes à AJESM/SM.

Palavras chave: sucesso, empreendedorismo, empreendedor, educação.

The entrepreneurial education and entrepreneurial success

Abstract

This study is linked to the Group for Research and Extension Course Administration - GPEx, Franciscan University Center and part of the theme related to the variables that assist in entrepreneurial success, more specifically, the variables related to entrepreneurial education. To do so, part of the general purpose of analyzing the level of influence of entrepreneurial training in the success of micro and small entrepreneurs affiliated with the Santa Maria AJESM - Association of Young Entrepreneurs. The methodological procedures are being performed a quantitative research, descriptive, which is configured in a survey. For this purpose, a questionnaire was developed with the system *Formsite* and sent by email to all companies belonging to AJESM / SM.

Key-words: success, *entrepreneurship*, *entrepreneur*, education.

1. Introdução

No mercado de hoje, com alta competitividade e esperanças de bons negócios, a cada dia uma nova leva de empresas busca se inserir no mercado, segundo pesquisa feita pelo SEBRAE apud Lopes (2010) aproximadamente 98,5% dessas são micro ou pequenas empresas, afinal

60% dos empregos do país são geridos por estes dois tipos de organizações, além de serem responsáveis por cerca de 20% do PIB do país, números que despertam interesse e agradam a sociedade. Porém hoje em dia, segundo pesquisas, apenas 10% das empresas criadas em nosso país atingem 10 anos de vida, ou seja, o índice de mortalidade chega a 90%. Estes dados foram observados e relacionados com o amplo conhecimento teórico e prático que se adquire em uma formação empreendedora adequada, depois disso, foi realizada uma ligação entre os assuntos para se conjurar fatores que possam influenciar no sucesso dos micro e pequenos empreendedores.

Para se obter sucesso profissional perante o mercado, é de vital importância que os gestores busquem cada vez mais a excelência em suas atividades, seja na teoria ou na prática. Não se sabe quantos gestores de empresas possuem diploma, ou cursos específicos para suas áreas de atuação, porém acredita-se que, a parcela de gestores que não possuam uma formação empreendedora adequada sai muito atrás na corrida pelo seu desenvolvimento pessoal, e conseqüentemente profissional. Em um mundo onde a competitividade se acirra cada vez mais, e a cada dia novas empresas estão se preparando para se inserir no mercado, esse pode ser um diferencial e tanto.

Para Lopes (2010) uma formação empreendedora enfatiza o uso intenso de metodologias de ensino que permitem aprender fazendo, e se caracteriza por isso, pois o indivíduo se defronta com eventos críticos que o forçam a pensar de maneira diferente, buscando saídas e alternativas, ou seja, aprendendo com a experiência, com o processo. Este artigo colocará em xeque alguns pontos que ajudarão ao esclarecimento da importância da educação empreendedora, qual sua definição, possíveis níveis de sucesso e quais são seus principais métodos e técnicas.

Tendo em vista o tema relacionado a empreendedorismo, a presente pesquisa tem como problemática responder a seguinte questão: Qual a influência da formação empreendedora no sucesso dos micro e pequenos empreendedores de Santa Maria filiados à AJESM (Associação de Jovens Empreendedores de Santa Maria)? O objetivo geral do presente estudo será: Analisar o nível de influência da formação empreendedora no sucesso dos micro e pequenos empreendedores de Santa Maria filiados à AJESM. Com o intuito de atingir o objetivo geral e a sua complementação de acordo com as etapas consecutivas, os objetivos específicos deste estudo são: 1 – Identificar o nível de formação e capacitação dos pesquisados. 2 – Levantar o perfil empreendedor dos participantes da pesquisa. 3 – Verificar os fatores críticos de sucesso ao empreendedor na visão dos pesquisados.

Este trabalho justifica-se pela importância de divulgar aos envolvidos o tema abordado, pois se julga de grande importância para todos os empreendedores, principalmente os da cidade e região o assunto, através dele estarão sendo feitas indagações e discussões específicas para sua área de atuação, por meio deste, poderão obter o conhecimento necessário para discorrer sobre o tema, e após observarem os resultados, poderão familiarizar-se com os colegas de profissão que participaram da pesquisa, e realizar um balanço sobre o que está sendo feito de errado, e o que podem obter de informações e idéias a fim de melhorarem seus empreendimentos.

Também se acredita ser de extrema importância para a academia os temas abordados, através dele os professores serão atingidos por um tema que as vezes é pouco abordado no cotidiano acadêmico, além disso poderão verificar alguns dados importantes sobre empreendedorismo em sua atual situação na cidade, quais pontos podem ser melhorados em relação à formação empreendedora e quais técnicas e práticas poderiam ser melhor utilizadas para se atingirem os objetivos. Também é de extrema importância aos alunos, que serão atingidos de uma forma

mais atual sobre o assunto, e após verificarem seus interesses, poderão realizar futuros trabalhos e novas discussões acerca deste tema.

Os afiliados da AJESM que participarão da pesquisa serão também atingidos pelo tema, estes não se pode dizer que conhecerão o assunto por meio do trabalho, porém poderão obter informações sobre novas formas de gestão, e dados estatísticos que podem ser repassados a outros associados e a pessoas que estejam de certa forma ligadas a organização. A AJESM além de ser um exemplo para os empreendedores santa-marienses, serve também como parâmetro para que novos trabalhos estejam sendo realizados, e o tema empreendedorismo esteja cada vez mais em evidência.

2. Empreendedorismo

O conceito de empreendedorismo é muito variado, cada um com um determinado conhecimento, ou área de atuação pode definir esta palavra de uma maneira diferente. O importante a ser ressaltado é que o empreendedorismo sofre um processo de ascensão no Brasil e no mundo, daí vem a grande importância da prática do empreendedorismo se difundir cada vez mais, pois conseqüentemente irão ajudar o país no seu crescimento, com isso gerando possibilidades de trabalho, renda e maiores investimentos. (DOLABELA, 2008)

Segundo Brito e Wever (2003) a raiz da palavra “empreendedor” vem de 800 anos atrás com o verbo francês “entreprendre” que significa fazer algo. Uma das primeiras definições da palavra “empreendedor” foi elaborada no início do século XIX pelo economista francês J. B. Say, como aquele que “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”.

Segundo o conceito de empreendedorismo desenvolvido por Santos et al. (2008), o empreendedor é o indivíduo que possui ou busca desenvolver uma atitude de inquietação, ousadia e pró-atividade na relação com o mundo, condicionada por características pessoais, pela cultura e pelo ambiente, que favorece a interferência criativa e realizadora, no meio em busca de ganhos econômicos e sociais.

Dornelas (2001) tem uma abordagem diferente, para ele o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Porém ele também fala que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

Santos et al. (2008) fala que o empreendedorismo envolve todas as fusões, atividades e ações ligadas à percepção de oportunidades de criação. Ele destaca cinco elementos fundamentais que caracteriza um empreendedor de sucesso: criatividade, força de vontade, foco na geração de valor e disposição para correr riscos.

Dornelas (2001) ressalta que a essência do empreendedorismo se dá através da percepção e exploração de novas oportunidades, no âmbito dos negócios, utilizando recursos disponíveis de maneira inovadora. Drucker (1985) fala que os empreendedores precisam buscar, com propósito deliberado, as fontes de inovação, as mudanças e seus sintomas que indicam oportunidades, para que uma inovação tenha êxito.

A inovação é citada por alguns autores como mostra Degen (1989), ao elencar que, ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática idéias próprias, característica de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de encontrar. Schumpeter apud Dornelas (2001) complementa que o empreendedor é

aquele que destrói a economia existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

Santos et al. (2008) conclui que se pode definir empreendedorismo de várias maneiras, porém, a essência se resume em fazer diferente, empregar recursos disponíveis de forma criativa, assumir riscos, buscar oportunidades e inovar.

2.1 Perfil Empreendedor

Parte-se do pressuposto de que, ser um empreendedor não significa necessariamente seguir regras, abrir empresas ou participar de cursos. Não podemos definir um perfil exato de uma pessoa empreendedora, porém, podem-se mapear algumas características comuns entre os empreendedores. Para Degen (1989) o empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles.

Segundo Souza e Guimarães (2006) o empreendedor é aquele indivíduo que organiza e administra recursos sob a forma de empresa responsável pela própria prestação de contas e que assume uma parcela considerável de risco em razão de sua participação no patrimônio da referida empresa.

Dolabela (2008) acredita que um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-los em negócio lucrativo. Não é indispensável que ele possua os meios necessários à criação de sua empresa. Mas deve ser capaz de atrair tais recursos, demonstrando o valor do seu projeto e comprovando que tem condições de torná-lo realidade.

Silva et al. (2008) fala que o perfil empreendedor vem sendo cada vez mais desenvolvido por conta de uma situação de mercado, em que a escassez de empregos está conduzindo as pessoas à criação de negócios próprios visando geração de renda, quer pelo meio informal, quer por trâmites formais. Observa-se um mercado rico em profissionais prestadores de serviço, autônomos e/ou proprietários de empresas. Para o autor empreender tem sido a melhor solução encontrada em universos de desempregos.

Greatti (2005) acredita que apesar de o termo empreendedor apresentar diversos conceitos e aspectos inseridos, é necessário que se delineie os traços de um empreendedor, para servir aos estudos das condições que levam o empreendedor ao sucesso. O estudo do perfil do empreendedor é o tema central das pesquisas e tem sido de grande valia para a educação na área, pois é através do estudo das características dos empreendedores que é possível ensinar um indivíduo a ser empreendedor ou desenvolver nele tais habilidades. Para a autora o empreendedorismo é um campo que vem sendo explorado, em profundidade a muito pouco tempo, mais ou menos 20 anos.

Degen (2009) classificou as pessoas em dois grupos: a minoria que, quando desafiada por um objetivo pessoal, está disposta a grandes sacrifícios pessoais para realizá-lo, portanto tem o que ele chamou de “grande necessidade de realizar”, e a maioria, que não está disposta a sacrificar seu lazer e sua vida familiar para realizar algo. A esmagadora maioria dos empreendedores de sucesso se encaixa na pequena minoria definida por McClelland, que tem grande necessidade de realizar.

Na visão de Dornelas (2001) o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador e, alguns atributos pessoais que, somados à características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa. De uma idéia surge uma inovação, e desta, surge uma empresa. De acordo com o mesmo autor, há pontos em que o administrador e empreendedor se diferem, um deles se refere ao modo de gerir e se portar em uma organização. O empreendedor como é o responsável pela organização, se preocupa

mais com questões estratégicas, em grandes decisões, e se descuida um pouco das questões corriqueiras e simples na gestão. Já o administrador se porta de forma diferente, se preocupando mais em supervisionar e promover questões simples e não tão importantes do cotidiano organizacional.

Outra grande mudança que é de crucial importância se refere à visão de futuro entre os dois, os empreendedores desenvolvem mais esta habilidade que o administrador, podendo com mais facilidades encontrarem nichos de mercado e oportunidades para um bom negócio. O empreendedor também está diretamente ligado a questões de inovação, portanto além de perceber essas mudanças, deve também ter capacidade de lidar com os envolvidos na atividade, a fim de estimular os demais ao cumprimento de prazos e metas (DOLABELA, 2008).

2.2 Educação Empreendedora

Não à toa os Estados Unidos são uma das maiores potências mundiais no que se refere a empreendedorismo e administração, porém, lá desde cedo na escola, jovens são submetidos a matérias e cursos específicos sobre empreendedorismo, e este crescimento se deu de forma muito rápida. Em meados de 1975 segundo Lopes (2010), havia cerca de 140 cursos tratando do tema em universidades nos Estados Unidos, porém no ano de 2000 esse número saltou para 1400. Na concepção do mesmo autor, as universidades é que dispõem do maior acervo intelectual, e elas deveriam ser responsáveis por essa transmissão de informações, mesmo cursos que não se envolvam muito com o lado administrativo, deveriam ser atingidos sobre este assunto, pois no futuro, caso não busquem uma carreira em seus cursos, possam até mesmo buscar através destes ensinamentos um lugar ao sol na sociedade.

Com esta grande difusão do empreendedorismo sendo realizada com sucesso nos Estados Unidos, e com um notável crescimento econômico que agrada tanto aos empreendedores quanto a sociedade em geral, isto chamou atenção para outros países como China, Rússia e Índia, que também já se mostram atentos a esta mudança e estão dispostos a se adequarem aos novos modelos de formação de empreendedores, até como uma forma de fugirem do subdesenvolvimento que seus países atravessam. (SOUZA e GUIMARÃES, 2006).

Degen (2009) destaca que apesar de expor que os graduados das escolas técnicas e universidades estão mais bem-preparados para reconhecer oportunidades e, conseqüentemente, desenvolver negócios motivados por elas, temos o exemplo de Bill Gates, que criou a Microsoft sem se graduar. Toda regra tem exceções, mas é importante destacar que Bill Gates foi admitido na Universidade de *Harvard*, uma das mais prestigiadas dos Estados Unidos e, por isso mesmo uma das mais seletivas na admissão de seus alunos, e que ele abandonou a universidade para montar seu negócio. Portanto, de uma forma ou outra, ele se beneficiou do ambiente universitário e da efervescência de idéias a que foi exposto para desenvolver a *Microsoft*.

Dornelas (2001) destaca que até alguns anos atrás, acreditava-se que o empreendedorismo era inato, que o empreendedor nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Pessoas sem essas características eram desencorajadas a empreender. Como já se viu isto é um mito. Hoje em dia esse discurso mudou, e cada vez mais se acredita que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa, e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia de seu empreendimento.

Neste sentido, o empreendedorismo é visto como um ramo da administração de empresas. No primeiro mundo, as escolas de administração têm um setor, um grupo, uma área de

concentração em empreendedorismo. Existem cursos de graduação em empreendedorismo e MBAs que focalizam esta área (DOLABELA, 2008).

2.4 Fatores de Sucesso nas Micro e Pequenas Empresas

O conceito de sucesso varia muito de uma pessoa para outra, sendo quem o sucesso de uns pode ser o fracasso de outros. Há muitos conceitos sobre sucesso, porém, alguns como Juchen e Céspedes, (2000, Pg 10), acreditam que o crescimento de uma empresa é também a oportunidade para determinar o grau de sucesso e insucesso. O sucesso é definido como a satisfação do cliente como resultado. Se em algum momento o cliente mostrar-se satisfeito a empresa é considerada um sucesso.

Degen (1989) acredita que o sucesso de uma organização depende do modo como o empreendedor comanda a implantação de três etapas: a primeira consiste em identificar a oportunidade de negócio e coletar informações sobre ele; a segunda, em desenvolver o conceito do negócio, com base nas informações coletadas na primeira, identificar os riscos, procurar experiências similares para avaliar esses riscos, adotar medidas para reduzi-los, avaliar o potencial de lucro e crescimento e definir a estratégia competitiva a ser adotada; e a terceira consiste em implementar o empreendimento, iniciando pela elaboração do plano de negócio, definição das necessidades de recursos e suas fontes, até sua completa operacionalização.

Segundo Greatti (2005) existem algumas características que o empreendedor apresenta que são favoráveis para alavancá-lo ao sucesso profissional. São elas a busca incessante de oportunidades e iniciativa, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, capacidade de reação a frustrações e situações estressantes, busca de informação, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático, independência, liberdade, autoconfiança, persuasão e rede de contatos, ambiente de relação do empreendedor, capacidade de delegação, habilidade empresarial, necessidade de realização, conhecimento do ramo e inovação.

Outro tópico importante se refere ao tamanho da organização, Brito e Wever (2003) acreditam que seja um conceito errôneo o de que um empreendimento necessariamente precisa ser grande para ser considerado um sucesso. Muitas empresas se encaixam no critério de pequena e média, porém são bastante empreendedoras. A distinção está no resultado desejado: seus proprietários e administram com o objetivo de manter seu estilo de vida e o da sua família, ou eles reúnem esforços a fim de explorar oportunidades, criar novos produtos ou entregar serviços de modo inusitado.

Para Chiavenato (1987, p.690) “a cultura organizacional deve privilegiar e valorizar a iniciativa e a inventabilidade das pessoas, a vontade de mudar o que deve ser mudado e a coragem de ousar e arriscar.” Já para Drucker (1975) a pequena e média empresa em primeiro lugar, necessita de estratégia. Elas não podem se dar ao luxo de se marginalizar. Contudo este é seu perigo constante. Devem elaborar uma estratégia que as faça se sobressair, ou seja, encontrar um nicho em que possuam vantagem, e assim encarar a competição.

Greatti (2005) acredita que por trás do sucesso de uma empresa há, certamente, uma boa idéia e alguém com talento e disposição suficientes para transformá-la em realidade. Para ela além de todas as características que são a ele atribuídas, o empreendedor é aquela pessoa capaz de identificar uma boa oportunidade, correr riscos, enfrentar adversidades e, principalmente, conduzir seu negócio ao sucesso. A autora também acredita que o mercado atual demanda a mudança de perfil dos gestores organizacionais que, atendendo às necessidades de uma sociedade em constantes e rápidas transformações, são forçados a buscar competências e condições para que suas organizações, não só sobrevivam, como sejam sustentáveis. Diante

de um cenário cada vez mais competitivo e igualitário, o empreendedor deve possuir certas aptidões que o ajudem a superar as armadilhas que o mercado prepara.

3. Metodologia

Quanto aos procedimentos metodológicos, a pesquisa classifica-se quanto a sua natureza como quantitativa. Este estilo de pesquisa é utilizado para fornecer uma análise mais confiável e precisa, e através desta pesquisa podem-se quantificar os dados e transformá-los em informações estatísticas. A pesquisa quantitativa ainda é apropriada para mostrar a medida correta acerca de interpretações, opiniões e comportamentos (MATTOS, ROSSETO JÚNIOR e BLECHER, 2003). No que tange aos objetivos a pesquisa classifica-se como exploratória e descritiva, porque tende a mostrar uma visão geral sobre determinado fato, além disso, utiliza-se este tipo de pesquisa quando se pretende familiarizar-se com o tema, ou seja, através dela, buscar o máximo de embasamento possível sobre o problema em questão para depois com base nos estudos, poder fornecer uma solução. A pesquisa descritiva segundo Silva et al. (2008) expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Ela pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza.

No que tange aos procedimentos técnicos, realizar-se-á um estudo de campo, que é uma técnica que procura muito mais o aprofundamento das questões propostas do que a distribuição das características da população segundo determinadas variáveis. Como consequência o planejamento do estudo de campo apresenta maior flexibilidade, podendo ocorrer mesmo que seus objetivos sejam reformulados ao longo da pesquisa. O estudo de campo podemos dizer que é uma modalidade de pesquisa que consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos (MATTOS, ROSSETO JÚNIOR e BLECHER, 2003).

O plano de coleta de dados será realizado com a utilização primeiramente de uma pesquisa bibliográfica, utilizando-se de livros, artigos e outros meios, a fim de buscar o embasamento necessário para discorrer melhor sobre a temática em evidência. Será uma busca minuciosa e incessante por informações, e dados estatísticos que estejam diretamente ligados ao tema. Após isto, será desenvolvido um questionário junto ao sistema *formsite*, com base nos objetivos a serem alcançados, com perguntas fechadas em escala *Likert* de cinco pontos, embasado nos objetivos da pesquisa. Este questionário será enviado por e-mail a toda os empreendedores filiados a AJESM (Associação de jovens empreendedores de Santa Maria). A análise dos dados será feita através de um *software* chamado *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 14.0, e após esta análise, com base nos estudos sobre o assunto, serão definidas as devidas conclusões e alcançados os objetivos propostos inicialmente.

Referências Bibliográficas

- BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empreendedores Brasileiros: Vivendo e aprendendo com grandes nomes.** Rio de Janeiro: Negócio Editora, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de empresas: uma abordagem contingencial.** São Paulo: Makron Books, 1987.
- DEGEN, Ronald. **O empreendedor: Empreender como opção de carreira.** São Paulo: Pearson, 2009.
- DEGEN, Ronald. **O Empreendedor: Fundamentos da iniciativa empresarial.** São Paulo: McGraw Hill, 1989.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza.** São Paulo: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios.** São Paulo: Campus, 2001.
- DRUCKER, Peter. **Administração: Tarefas, práticas e responsabilidades.** São Paulo: Pioneira, 1975.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor**: Prática, e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 1985.

GREATTI, Ligia. **Perfis Empreendedores**: Análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no município de Maringá. 2005. Disponível em www.facef.br/facefpesquisa/2005/nr1/6_greatti.pdf. Acessado em 10 de maio de 2011.

JUCHEM, Dionise Magna, CESPEDES, Edgardo Alfredo Herrera. **Empreendedores e Empreendimentos**: Desafios do dirigente lojista. 2008. Disponível em www.clee2008.ufsc.br/12.pdf. Acessado em: 20. Março. 2011.

LOPES, Rose Mary A.. **Educação empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. São Paulo: Elsevier, 2010.

MATTOS, M.G; ROSSETO JÚNIOR, A.J; BLECHER, S. 2003. **Teoria e prática da metodologia da pesquisa em educação física**: construindo sua monografia, artigo científico e projeto de ação. São Paulo: Phorte, 2003.

SANTOS ET AL. **Projeto Interdisciplinar**: Empreendedor/Empreendedorismo. 2008. Disponível em www.unihorizontes.br/proj_inter20081/adm/empreendedor_empreendedorismo.pdf. Acessado em 11 de maio de 2011.

SILVA ET AL. **Características comportamentais empreendedoras**: um estudo comparativo entre empreendedores e intra-empreendedores. 2008. Disponível em www.fsma.edu.br/cadernos/artigos/v2_artigo03.pdf. Acessado em 10 de maio de 2011.

SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARAES, Tomás de Aquino. **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2006.