

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

As especificidades do microempreendedorismo associativo.

Andressa da Silva Corrêa.

Cita:

Andressa da Silva Corrêa (2009). *As especificidades do microempreendedorismo associativo*. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/1325>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

As especificidades do microempreendedorismo associativoⁱ

Andressa da Silva Corrêa

*Estudante de Ciências Sociais da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS –
Bolsista de Iniciação Científica no PPG em Ciências Sociais
da Universidade do Rio dos Sinos – UNISINOS –
andressa_teatro@yahoo.com.br*

As iniciativas que fazem parte da economia social e solidária têm seu princípio em atores oriundos de diferentes experiências econômicas. Na gestão do empreendimento associativo, estas vivências se mesclam, gerando lógicas distintas das encontradas na típica empresa capitalista. Entretanto, os programas de apoio parecem ainda não incorporar esta discussão, partindo de um padrão único de avaliação e promoção destes pequenos grupos.

ⁱ Este texto é desenvolvido a partir do projeto “Microempreendedorismo e associativismo em países de desenvolvimento periférico”, no qual estou inserida junto a Luiz Inácio Gaiger e Marília Veronese. Logo, alguns aportes contidos neste documento foram elaborados conjuntamente a estes professores.

Assim, este trabalho irá descrever o cenário brasileiro das micro e pequenas empresas individuais e associativas, contrastando-o com a concepção empregada pelo Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. Este confronto tem a intenção de discorrer sobre as concepções correntes de empreendedorismo, percebendo em que medida, estas podem ser validadas a pequenas organizações individuais e associativas.

Neste caminho, inicialmente faremos uma retomada da importância que se revestem as questões relacionadas aos microempreendedores atualmente. Logo, expomos alguns dados nacionaisⁱⁱ que retratam a realidade das pequenas organizações econômicas. Posteriormente analisamos o modelo SEBRAE, principal instituição nacional a tratar da temática, através de uma análise documental, de caráter qualitativo. Por fim, apontamos as insuficiências deste marco teórico e prático para a compreensão do microempreendedorismo individual e associativo, inferindo caminhos para uma crítica propositiva e alternativa ao modelo estabelecido.

I - A importância do microempreendedorismo

No Brasil, os benefícios do capital, da ciência e da tecnologia não garantiram o bem estar da nação, como professavam os governos desenvolvimentistas a partir da metade do século XX. Desde então, as desigualdades sociais aumentaram e se constituem ainda como uma das problemáticas mais relevantes de nossa sociedade. Neste país, desigualdade e pobreza continuam a ser fenômenos associados, de modo que a redução efetiva destes níveis requer políticas de combate às desigualdades e de ativação econômica dos pobres (Gaiger, 2008).

ⁱⁱ As bases escolhidas contemplam diferentes universos, com os quais pretendo contemplar a heterogeneidade do campo analisado. Assim temos: Demografia das Empresas (IBGE, 2005), Economia Informal Urbana (IBGE, 2003); Empreendedorismo no Brasil (SEBRAE; GEM, 2007); e Base de dados do Mapeamento Nacional da Economia Solidária (UNISINOS, 2007).

A situação de vulnerabilidade da população foi agravada no final da década de 70, quando o mundo do trabalho sofreu transformações significativas em sua configuração. Mesmo que no Brasil, nesta época, não tenha ocorrido o pleno emprego, a crise do trabalho formal, empenhada pela reestruturação produtiva das empresas capitalistas neste período, teve como consequência números significativos no que se refere às demissões, à precarização das relações de trabalho e à seguridade social junto ao Estado, os quais foram intensificados na década de 90ⁱⁱⁱ.

Estes processos incentivaram a ampliação do setor informal e da economia por conta própria. Segundo Abramovay (2003) *58% das famílias brasileiras vivendo abaixo da linha de indigência são chefiadas por trabalhadores autônomos, empregados informais ou sem remuneração.* Números expressivos que se unem a um aumento significativo de pequenos empreendedores também na economia formal: *atualmente as empresas com até 4 pessoas ocupadas são responsáveis por 83% do total. Quando agregadas às empresas da faixa imediatamente superior, de 5 a 19 pessoas, as pequenas empresas passam a representar 96,9% do total* (IBGE, 2007: 15).

Podemos perceber esta tendência também nos números da economia informal e da economia solidária. Em relação a primeira evidência-se o pertencimento de 88% do total das empresas a trabalhadores por conta própria, somados a apenas 12% de propriedade de pequenos empregadores (IBGE, 2007). Na economia solidária 38,7% dos empreendimentos tem de 1 a 5 pessoas; 28,7% de 6 a 15 e 18,1% de 16 a 30, ou seja, 85% dos empreendimentos tem no máximo 30 pessoas (UNISINOS, 2007).

Estes dados transformam, em certa medida, a própria configuração produtiva, a qual proporcionou a emergência de um ator social pouco lembrado até o momento: os pequenos empreendedores. A relevância destas iniciativas estaria na própria constituição do empreendimento, pois são fundados essencialmente na força de trabalho. Contemplam ainda a ativação econômica de grupos que não estavam acessando o mercado laboral. Qualidade que legitima a necessidade dos governos investirem, junto a políticas de

ⁱⁱⁱ Só no ABC paulista, neste momento, foram eliminados 120 mil postos de trabalho (Pamplona, 2004)

transferência de renda e distribuição de riqueza, em medidas de ativação econômica que promova a criação de novos sujeitos empreendedores e potencialize os já existentes.

II - Características das micro e pequenas empresas no Brasil

Como vimos nos parágrafos anteriores as pequenas empresas caracterizam a extrema maioria de iniciativas do complexo mundo do trabalho atual. Os dados das empresas formalizadas, do setor informal e da economia solidária confirmam a tendência ao micro e salientam características comuns a estes quadros que conceitualmente e em suas práticas diárias tem características diversas.

Estas experiências compartilham a produção em pequena escala e o baixo nível de organização e divisão do trabalho. Nos dados abaixo verificaremos ainda a similaridade dos mercados aos quais se inserem, das áreas em que atuam, das formas de captação de recursos, dos problemas enfrentados e da grande rotatividade que se investem nos mercados.

Nas indústrias formais, por exemplo, pouco menos da metade surge nos últimos cinco anos, representando 42,1% do total. Destas, ***20% não sobreviveram no primeiro ano de vida. Após dois anos de criação, 27,2% das empresas já estavam com as portas fechadas e, depois de 8 anos, apenas 51,6% ainda continuam ativas (IBGE, 2007).***

No mercado informal, salienta-se o aspecto relativo ao contexto local e os limites de capital, pois 45% têm o domicílio como parte de sua prática laboral; 70% utilizam equipamentos e instalações próprios para desenvolver as atividades; 94% das empresas não utilizaram crédito nos últimos três meses anteriores à pesquisa (entre as que o fizeram, 58% recorreu a bancos públicos ou privados, 16% a fornecedores e 16% a amigos) (IBGE, 2005).

Na economia solidária os dados também revelam as dificuldades na garantia de boas condições de vida aos trabalhadores. Cerca de 48% dos associados recebem menos que meio salário mínimo e somente 38% paga as despesas e tem excedente. A forma de comercialização inclui, assim como nos outros contextos (informal/formal), o caráter local. Fato que se evidencia na forma de comercialização: 39,7% faz entrega (dos produtos) direta ao cliente; 22,5% em feiras livres; e 16,4% em lojas próprias. Em relação ao crédito 52,3 % não teve acesso e 31,9% não buscou crédito (UNISINOS, 2007)

Outros dados importantes são manifestados pela pesquisa GEM^{iv}, a qual também deflagra um contexto difícil para os pequenos empreendedores. Segundo a investigação o setor tem caráter local, pois o negócio investe-se de um capital muito baixo^v, predominam as atividades pouco inovadoras^{vi} e a falta de perspectivas expansionistas e de geração de emprego^{vii}. Neste contexto, os principais motivos de entrave aos empreendimentos, seriam as barreiras técnicas e institucionais, as características pouco inovadoras das atividades e o comportamento tradicional dos empreendedores.

Como podemos perceber, é consenso entre as pesquisas à descrição de uma realidade difícil, fundada quase que essencialmente na força de trabalho dos microempreendedores. A falta de clientes e a competitividade, em um mercado calcado nas grandes inovações tecnológicas, deixam estas experiências em situação de precariedade, tornando os estudos uma fonte importantíssima para formular políticas públicas mais eficientes.

^{iv} Diferentemente das outras pesquisas, esta tinha como objetivo perceber o comportamento empreendedor do povo brasileiro. Assim, entrevistou indivíduos que não estavam necessariamente envolvidos com empreendimentos reais.

^v Menos de R\$ 2,000 para empreendedores novos, sendo que 1/3 destes afirma não necessitar de recurso algum para começar o negócio.

^{vi} Salientam-se o setor de alimentos e venda de roupas no varejo, os quais são logo seguidos pelo setor de transformação.

^{vii} 87% não tem expectativas de exportação e a maioria (54,9 para empreendimentos novos e 61,5% para os estabelecidos) dos empreendedores não tem expectativa de gerar empregos nos próximos 5 anos (Passos, etc. al., 2008)

III – O modelo SEBRAE de empreendedorismo

Objetivando compreender como o assunto é disseminado no Brasil e contribuir para o avanço teórico do próprio campo do empreendedorismo empenhamos uma análise de documentos divulgados pelo SEBRAE. Esta instituição surge em 1972 e tem como principal objetivo conceber projetos que beneficiem as micro e pequenas empresas associativas ou individuais, contemplando serviços como a capacitação de funcionários, diminuição da carga tributária, pesquisa tecnológica, organização de feiras para comercialização, acesso a conhecimentos de gestão e auxílio nas questões burocráticas.

A análise da concepção formulada por esta instituição se deu através da consulta de 20 textos coletados na biblioteca *on line* do SEBRAE entre março e dezembro de 2008. Foram consultados ainda material audiovisual como forma de apoio as análises. Os textos são de procedência predominantemente acadêmica e técnica. Seus autores estão envolvidos com as áreas de administração, economia, finanças ou marketing, incluindo-se ainda os técnicos do SEBRAE. Muitos dos documentos não possuem caráter científico, mas exortativo, tendo como objetivo convencer o leitor do caminho ideal a seguir, outros se referem a relatórios e pesquisas. Nossa análise admite estes diferentes papéis, mas agrega ambos, por buscar perceber o que há de comum à totalidade dos textos, identificando o pano de fundo dos discursos.

No estudo, foi possível identificar que os textos consultados eram desenvolvidos a partir de dois planos de análise: o empreendedor e o empreendimento. Com relação ao empreendimento as temáticas emergentes envolviam: planejamento econômico e financeiro, gestão estratégica, serviços de marketing, pesquisas de mercado, plano de negócios, descentralização das decisões, fomento da postura intraempreendedora, entre outros, os quais são colocados como condições prévias ao desenvolvimento da atividade.

É necessário que haja uma boa pesquisa de mercado antes de se projetar o modelo de negócio.(...) Conhecido isso, parte – se para a definição do produto a ser disponibilizado para esse mercado. Nesta

etapa, unem – se aos profissionais de Marketing todos aqueles que de certa forma colaboram para a criação do produto, tais como os designers, engenheiros, gerentes de produção, etc. O empreendedor deve procurar localizar seu negócio o mais próximo possível de seus clientes. É hora de pensar nos cargos, nas funções e em quem vai fazer o quê. No fim, o empreendedor estará apto a implantar seu negócio com maior segurança, visto que ele terá nas suas mãos os requisitos fundamentais de um empreendimento (Ricarte, 2003: 1-2).

Já os textos relacionados aos empreendedores centram-se nas **características comportamentais** dos indivíduos. Neste contexto o empreendedor é concebido como um ser dotado de características superiores que o levam a perceber oportunidades de negócios que outros não percebem. Em geral, a partir dos padrões de inovação e mudança salientam listas infundáveis sobre a personalidade empreendedora, dentre as quais destacamos as seguintes características: busca oportunidades, tem iniciativa, corre riscos calculados, exige qualidade e eficiência, possui persistência, comprometimento, independência, autoconfiança, persuasão, busca informações, planeja, estabelece metas e constitui uma rede de contatos.

Em relação à motivação empreendedora, são consensuais nos textos as seguintes idéias: auto-realização, sucesso individual, ambição, prazer de vencer e vontade de alcançar o sucesso: *“em geral, as pessoas que sonham em ter o seu próprio negócio são movidas pela ambição de ganhar muito dinheiro e ser independentes. A simples idéia de estarem subordinadas a alguém as apavora”* (Pombo, 2003: 2). Lógica que, ainda impregnada pelo “espírito do capitalismo” do século XIX, aponta o reconhecimento e o merecimento, manifestado pelo retorno financeiro e social, como grande mote ao empreendedorismo.

Outro fator importante relacionado aos empreendedores é a classificação em empreendedores por *oportunidade* e empreendedores por *necessidade*, a qual é corrente em todos os documentos. Segundo o SEBRAE o primeiro tipo seria categorizado como alguém que empreende por considerar este tipo de negócio uma alternativa lucrativa e seria

dotado das características comportamentais mencionadas nos parágrafos anteriores. Já em relação ao segundo tipo não enumeram características, a única peculiaridade seria a escolha de um negócio próprio calcada na falta de alternativas. Em geral, o empreendedorismo por necessidade é descrito como um padrão marginal ao primeiro:

No entanto, os dados continuam a revelar o lado sombrio de nosso alto índice de empreendedorismo, que coloca o país entre os dez mais empreendedores. Dos 7,5 milhões de brasileiros que empreendem, 41,6% não o fazem voluntariamente, mas por necessidade. Mesmo considerando-se a função social que esse contingente exerce, o fato de contarmos com um esforço produtivo tão elevado entre os indivíduos que se aventuram pela via da sobrevivência pode ser **uma das causas do baixo crescimento qualitativo de nossa economia**, na qual não acontecem as transformações no sentido schumpeteriano, da inovação e da ruptura com o existente. Não se criam como acontece com o empreendedor que explora novas oportunidades, utiliza tecnologias de ponta e vai em busca de mercados internacionais, as condições necessárias ao crescimento sustentável e à geração da efetiva riqueza nacional (Passos et. Al, 2008: 8).

Por fim, salientamos que o SEBRAE coloca estes requisitos como passíveis de serem apropriados por todos que desejam empreender, salvo algumas exceções que ainda glorificam o talento. Em geral, os textos são superficiais e poucos autores são apontados^{viii}. A informação que fica evidente é um padrão determinado de características individuais que se repete com pequenas variações de um autor para outro: *O empreendedor bem-sucedido é uma pessoa com características de personalidade e talento que **preenchem um padrão determinado**, o*

^{viii} Os textos mais técnicos apontam Schumpeter e alguns admitem a influência da psicologia comportamental.

que o leva a agir de tal forma que alcança o sucesso, realiza os seus sonhos e atinge os seus objetivos (Pombo, 2003: 3).

IX – crítica ao modelo SEBRAE

Nos textos do SEBRAE fica evidente o privilégio dado ao **empreendedor individual**. A ação deste tem, como principal característica, a ênfase nas inovações, nas oportunidades e na destruição criativa. Estas idéias têm origem em Schumpeter e são articuladas nos textos junto a características comportamentais, fundamentadas, em certa medida, na ação racional da teoria neoclássica.

O comportamento empreendedor impulsiona o indivíduo e **transforma** contextos. Resulta na **destruição** de velhos conceitos, que por serem velhos não têm mais a capacidade de surpreender e encantar. A essência do empreendedorismo está na **mudança**, uma das poucas certezas da vida. O empreendedor pode ser visto como um visionário que tem a capacidade de identificar **oportunidades** e fazer de suas idéias um produto de sucesso (Ragonesi, 2004: 14).

O SEBRAE considera o indivíduo que maximiza sua utilidade, através da racionalidade instrumental. As explicações para os fenômenos econômicos (empreendedores) são formuladas a partir da ação individual. A esta premissa básica da teoria neoclássica, acrescentam as contribuições de Schumpeter, focalizando as inovações como elemento principal, já que provocam desequilíbrios que proporcionam a evolução do modo de produção.

Nesta perspectiva não são considerados os condicionantes estruturais como determinantes da ação do empreendedor. São ignoradas as posições sociais distintas e a dimensão conflitiva, excludente e via de regra predatória da economia concorrencial capitalista, bem como o fato de estar estruturada em relações de poder e em processos de

dominação. Posição que evidencia o viés ideológico da concepção empenhada pelo SEBRAE.

Além disso, para Schumpeter as inovações seriam caracterizadas por mudanças significativas no mercado: novas formas de produção, abertura de mercados, descoberta de novas fontes de oferta de matérias primas, ou novas tecnologias. Transformações que dependem de recursos financeiros e intelectuais quase inexistentes em nosso objeto de pesquisa. Logo, adotados o referencial teórico de empreendedor do SEBRAE, a grande maioria dos microempreendedores estará fadada ao insucesso.

Outras categorias referendadas no paradigma econômico já exposto são: *empreendedorismo por oportunidade* e *empreendedorismo por necessidade*. Segundo os dados do SEBRAE^{ix}, a maioria dos empreendedores do país estaria empreendendo por oportunidade. Logo, se estes padrões fossem válidos deveríamos ter dados positivos quanto a geração de emprego, setores em constante inovação, inserção dos produtos em mercados nacionais e internacionais, entre outros. Entretanto, como mostram os dados das pesquisas na seção II esta não é a realidade patente.

Em segundo lugar o empreendedorismo de necessidade, sendo relegado a uma posição marginal e complementar, **é palidamente compreendido**. Esse tratamento depreciativo ocorre a expensas da racionalidade própria dos setores vinculados à economia informal ou à economia popular, determinada pelas condições e pelas margens de escolha com que lidam tais agentes econômicos (Pedro Hespanha). Em ambientes altamente desfavoráveis, a criatividade e a habilidade de improvisar podem ser indicadores de empreendedorismo adequados e mais relevantes do que a assunção do risco, da mesma forma que garantir a sobrevivência pode representar um desafio da maior magnitude.

Alem disso a **dicotomia** entre empreendedorismo de oportunidade e de necessidade **desconhece os tipos intermediários**, híbridos, cuja existência é altamente

^{ix} Citação da p. 6: (Passos et. Al, 2008: 8).

presumível pelo simples fato de que as duas situações não são incompatíveis e podem manifestar situações momentâneas, intercambiáveis, antes do que um estilo definitivo de ação econômica.

Os dois padrões de empreendedorismo, concebidos como altamente determinantes dos resultados do agir econômico, são considerados como pilares do modelo explicativo. Contudo, eles se viabilizam e se expressam em situações sociologicamente bastante distintas, não sendo por conseguinte uma mera questão de escolha, mas de condições de possibilidades. Seria mais razoável **inverter a cadeia causal**, entendendo tais padrões como resultantes de um conjunto específico de condições prévias – materiais, intelectuais e sociais - que condicionam a ação econômica. Os padrões de empreendedorismo passariam à condição de variáveis-desfecho, o que altera profundamente a compreensão do problema e a metodologia de promoção do empreendedorismo.

Por fim, recuperamos nossa hipótese da existência de vários tipos de empreendedorismo, contrapondo-nos a dicotomia empenhada pela instituição que desconsidera padrões híbridos. Como nos afirma Portela (2007) ao trazer os resultados de sua pesquisa^x *“o microempreendedorismo que foi observado, escutado e inquirido in loco, por todo o país (Portugal) e junto a unidades informais, microempresas e organizações apoiantes, revelou-se muito diverso, mutável e sobreposto. Numa palavra, complexo”* (Portela etc. al,2007: 232).

Se não considerarmos a importância da diversidade, o conceito paradigmático de *empreendedorismo por oportunidade* schumpeteriano irá impor sua lógica, minando a emergência de outras possibilidades econômicas. Além disso, a utópica garantia de sucesso a todos (lógica SEBRAE = sucesso) que seguirem os conselhos do SEBRAE terá como função principal produzir réplicas imperfeitas do modelo ideal.

^x A pesquisa sobre microempreendedorismo realizada pelo autor abrangeu todo o território português, contando com uma mostra de 70 empreendimentos, dos quais foram escolhidos 12 para estudos de caso. Outro fator importante é a diversidade das iniciativas econômicas (coletivas ou individuais, pautadas na tecnologia e no capital ou na força de trabalho, bens e mal sucedidos) e as entrevistas a quinze organizações nacionais e 12 internacionais que tratavam sobre o tema.

V - Apontamentos

Mesmo sob o título “Especificidades do microempreendedorismo associativo” este texto se propunha a discutir o modelo usual de avaliação do microempreendedorismo no qual se insere as organizações de formato associativo em confronto com a realidade dos micro e pequenos. Em relação às singularidades da economia social e solidária, destacaremos alguns aspectos teóricos, entretanto as análises serão empenhadas depois da pesquisa de campo.

Nas sessões anteriores foi possível perceber as contradições entre o modelo teórico adotado pelo SEBRAE e a realidade a qual atende. Estas diferenças são potencializadas quando focamos os empreendimentos econômicos solidários, devido à própria forma de organização e ao objetivo destes empreendimentos, evidenciando-se a necessidade de outro referencial para a compreensão dos microempreendimentos e do próprio conceito de empreendedorismo.

Os empreendimentos econômicos solidários, como atestam autores como Coraggio, Gaiger e Razeto, evidenciam uma racionalidade própria para além da instrumental, onde o objetivo de acumulação é subordinado à reprodução material da própria vida e da qualidade da mesma. Contribuições que evidenciam aspectos da economia plural defendida por Karl Polanyi e apontam elementos da gestação de uma economia substantiva.

Além disso, a sustentabilidade não pode ser entendida de forma estritamente mercantil e de ganhos financeiros. A mesma constitui-se como parte de uma articulação sócio-política e econômica a partir do Estado e dos empreendimentos. A pura sustentabilidade mercantil não é real nem as grandes empresas capitalistas típicas.

Assim, na economia social e solidária, se considerarmos somente os aspectos de ganho individual, os empreendimentos serão classificadas como irracionais devido a resultados financeiros pouco expressivos. Entretanto, o que justificaria a existência de um

empreendimento de dez anos, se os dados apontam que não há excedentes?^{xi} Será em busca destas respostas que empenharemos nossa pesquisa de campo, colocando em cheque, inclusive, a validade do próprio conceito de empreendedorismo na compreensão destas outras economias.

^{xi} Dos empreendimentos que se propõe a alcançar resultados econômicos 38,8% pagam as despesas e não obtém nenhuma e 14,9% não consegue nem pagar as despesas. Dentre estes, muitos existem a mais de

Principais Referências:

- ABRAMOVAY, Ricardo; SAES, Sílvia; SOUZA, Maria Célia; MAGALHÃES, Reginaldo. *Mercados do empreendedorismo de pequeno porte no Brasil*. CEPAL/DFID, 2003. Disponível em: www.econ.fea.usp.br/abramovay/ no dia 22/04/08
- CHAHAD, José Paulo Zeetano. Tendências recentes no mercado de trabalho. *In: São Paulo em Perspectiva*, v. 17. São Paulo, 2003.
- CORAGGIO, José Luis. La sostenibilidad de los emprendimientos de la economía social y solidária. **In:** *Revista Otra Economía*, v.II, n° 3. Buenos Aires, 2008. Disponível em: <http://www.riless.org/otraeconomia/coraggioed3.html>
- COSTA, Acyles Barcelos da. O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Shumpeter . *In: Revista IHU On Line*. São Leopoldo: Unisinos, 2006. Disponível em: <http://www.unisinos.br/ihu/uploads/publicacoes/edicoes/1158329722.22pdf.pdf>, no dia 29/08/08
- GAIGER, Luiz Inácio Germany. *A outra racionalidade da economia solidária*. Conclusões do primeiro Mapeamento Nacional no Brasil. *Revista Crítica de Ciências Sociais*. Portugal, n° 79, 2007.
- _____. *A ativação econômica dos pobres como via de combate às desigualdades*. Texto apresentado no Congresso da ANPOCS 2008.
- IBGE; SEBRAE. *Economia Informal Urbana 2003*. Rio de Janeiro: IBGE, 2005. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/ecinf/2003/default.shtm>, no dia 29/08/08

- IBGE. *Demografia das empresas 2005*. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2007. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/demografiaempresa/2005/de moempresa2005.pdf> no dia 29/08/08
- MARTES, Ana Cristina Braga. *Weber e Schumpeter – a ação econômica do empreendedor*. (Texto não publicado apresentado no GT de Sociologia Econômica da EAESP – Escola de Administração de Empresas de São Paulo e da Fundação Getúlio Vargas)
- PAMPLONA, João Batista; ROMEIRO, Maria do Carmo. *Desvendando o Setor Informal: relatos de uma experiência brasileira*. Revista da Associação Brasileira de Estudos do Trabalho. Vol. 2, nº 1, 2002.
- PASSOS, Carlos et al. (2008). *Empreendedorismo no Brasil 2007*. Curitiba: IBPQ.
- POLANYI, Karl. *A grande transformação: as origens da nossa época*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- POMBO, Adriane Alvarenga da Rocha. *O que é ser empreendedor*. Publicado em 2003. Disponível em:
- [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/A2EEEAD6407D759003256D520059B1F8/\\$File/230_1_arquivo_seremp.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/A2EEEAD6407D759003256D520059B1F8/$File/230_1_arquivo_seremp.pdf) no dia 14/05/08.
- PORTELA, José et al. *Microempreendedorismo em Portugal: experiências e perspectivas*. POEFDS: Coimbra, 2008.
- RAGONESI, Telma Dias. *Criatividade Empreendedora e plano de negócios (monografia apresentada na curso de especialização da UFRJ)*. Publicado em 2004. Disponível em: [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/B610D1B5277F19BC83256F51004C8655/\\$File/Criatividade%20Empreendedora%20e%20Planos%20de%20Neg%C3%B3cios.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/B610D1B5277F19BC83256F51004C8655/$File/Criatividade%20Empreendedora%20e%20Planos%20de%20Neg%C3%B3cios.pdf) no dia 14/05/08.

- RICARTE, Marcos Antônio Chaves. *Empreendedor: O arquiteto dos negócios*. Disponível em:
[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/82A3968C3ABB54B803256D520059C405/\\$File/114_1_arquivo_arquiteto.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/82A3968C3ABB54B803256D520059C405/$File/114_1_arquivo_arquiteto.pdf), no dia 14/05/08

- SCHUMPETER, Joseph Alois. *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.