

REVISTA TÓPICOS

GESTÃO EMPREENDEDORA NO PROCESSO DE INOVAÇÃO

DOI: 10.5281/zenodo.14025589

Diana Leite Kochmanski FUZETTI

RESUMO

O artigo tem como objetivo compreender sobre o empreendedorismo a partir de um estudo feito numa empresa do setor metalúrgico, considerando o desenvolvimento do processo de um determinado produto, relacionando-o com o processo de inovação e com a estratégia de negócios da empresa. A metodologia, caracterizada por uma abordagem qualitativa, contempla o levantamento de pesquisa bibliográfica e pesquisa exploratória para a qual foram utilizados questionário e entrevista como instrumentos de coleta de dados. O estudo tem como ponto principal, o empreendedorismo inovador como busca constante de competição pela superação e permanência no mercado. Foi baseado na estratégia de inovação produtos fabricados pela empresa. Os resultados da pesquisa representam a teoria mostrando que as práticas adotadas por ela acrescentam em contribuições para a capacidade de inovar levando em consideração conceitos do economista Schumpeter. As práticas promovem, assim, a interação entre as pessoas e os diversos setores criando melhorias constantes e propiciando a inovação do produto. A capacidade de inovar é resultante da interação entre a cultura

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

empreendedora e os ambientes interno e externo, ocorridas pela adoção de práticas que contribuíram e estimularam a empresa a escolher a estratégica de inovação, conforme apontado, em que se trata de compreender as implicações do processo de inovação.

Palavras-chave: Empreendedorismo, inovação, estratégia, processo de inovação

ABSTRACT

The article aims to understand entrepreneurship through a study conducted in a company within the metallurgical sector, focusing on the development process of a specific product and its relation to the company's innovation process and business strategy. The methodology, described as a qualitative approach, includes a literature review and exploratory research, using questionnaires and interviews as data collection tools. The study highlights innovative entrepreneurship as a continuous pursuit of competitiveness and market sustainability. It is based on the innovation strategy for products manufactured by the company. The research findings illustrate a theoretical perspective showing that the company's adopted practices contribute to its capacity for innovation, considering economist Schumpeter's concepts. These practices foster interaction between people and various departments, leading to continuous improvements and product innovation. The capacity for innovation results from the interaction between an entrepreneurial culture and internal and external environments, supported by the adoption of practices that develop and encourage the company to choose an innovation strategy. This approach underscores the implications of the

REVISTA TÓPICOS

innovation process.

Keywords: Entrepreneurship, innovation, strategy, innovation process

1 INTRODUÇÃO

O que existe em comum nos acontecimentos do mercado que são aparentemente diversos é a necessidade de modelos flexíveis, para permitir que as organizações tenham a capacidade de mudar quando for preciso, o que pode contribuir no sentido de pressionar as empresas a um maior conhecimento de suas atividades internas, para obter posições competitivas e consistentes com relação as exigências do mercado. É preciso identificar quais ações devem ser cumpridas para levar adiante um processo de inovação e quais são os critérios que devem ser adotados para idealizar novos produtos ou serviços, conforme conceito exposto pelo economista Joseph Schumpeter.

A expressão empreendedorismo foi usada no século 12 para designar aquele que incentivava brigas e que no final do século 18 passou para a conotação de pessoas que criavam e conduziam projetos e empreendimentos (DOLABELA, 2002).

Há um grande volume de estudos e pesquisas sobre o empreendedorismo e o empreendedor, podendo ser visto por diversos modos: em livros, jornais, revistas, e outros como artigos na área especializada de economia, administração e psicologia, apontando fatores de comportamento sociológicos, característicos de empreendedores, bem como fatores ambientais e econômicos como determinantes em ações empreendedoras. O

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

tema ressalta, muitas vezes, a sua importância no crescimento econômico. No que diz respeito aos economistas, uma análise dos autores Edith Penrose (1995), Schumpeter (1982), Mark Casson (1996), Frank Knight (1972) e Israel Kirzner (1986). No que se refere aos comportamentalistas, a base do pensamento de David McClelland (1962), Louis Jacques Filion (1999), Fernando Dolabela (2002) e outros que se destacaram em suas pesquisas sobre o termo.

É fundamental a importância da reflexão estratégica nas empresas, que se baseia na identificação do seu perfil competitivo frente à combinação do conjunto de pressões do ambiente externo e do conjunto de competências internas.

Há que se perceber o crescente reconhecimento da inovação para as empresas, sendo esta a capacidade da mesma manter-se lucrativa de modo sustentável. Assim, este artigo tem como objetivo geral contribuir para o entendimento do empreendedorismo, considerando as características que levaram ao desenvolvimento do processo de inovação sobre um produto.

Como os objetivos específicos do estudo visaram compreender as implicações sobre o processo da inovação o qual, na visão de Schumpeter (1982; 1984) reflete a realização de novas combinações, a criação de novos produtos e novos mercados, e sua essência está na percepção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios e em função do desenvolvimento da empresa e da busca por vantagem competitiva, escolheu-se analisar uma referida empresa do setor metalúrgico por identificar sua trajetória como marcada pelo

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

desenvolvimento de seus fundadores e pela busca incessante do seu posicionamento diante das várias pressões do mercado, não será expressado o nome da empresa, mas citar essa como exemplo.

2 PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

Como justificativa deste estudo, entende-se que a estratégia adotada depende dos objetivos ou do conjunto de objetivos que a empresa pretende alcançar, como também da competência das pessoas que ali estão, trabalhando em grupo, desenvolvendo ideias e até mesmo implantando-as.

Porém, o ponto de partida da empresa empreendedora é a criação de valor no produto ou serviço lançado, no atendimento imediato de uma demanda ou até mesmo na implantação de novos processos. Isso poderá definir a inovação como estratégia de negócios.

A partir de estudos sobre empreendedorismo, o presente trabalho tem o propósito de melhor compreender a relação do empreendedorismo no processo de desenvolvimento da empresa que inova, como opção de estratégia de negócios.

O tema é de importância para a avaliação do processo empreendedor, por tratar a concepção de Schumpeter como uma continuidade, ou seja, deixando de lado aquele que perdeu importância no mercado, criando novos processos, novos produtos, agregando inovação, de forma que o mercado perceba tal valor.

REVISTA TÓPICOS

O artigo apresenta e analisa assuntos relacionados ao campo da inovação e empreendedorismo, trata-se de uma pesquisa qualitativa e exploratória, justificada pelas características inerentes ao tema escolhido.

3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

3.1 Empreendedorismo: conceitos na visão econômica e administrativa

Sobre as teorias propostas, Filion (1999) discute uma construção conceitual no campo em que os demais autores acreditaram que deveriam ser incluídos critérios de desempenho, por existirem mudanças constantes no cenário empresarial, justificando o fato que os empreendedores aprendam a partir do que fazem. Porém, numa observação mais detalhada pode-se acrescentar que a intensificação do estudo sobre o empreendedorismo é relativamente recente, e que o conhecimento e os conceitos estão em evolução contínua. Pode-se perceber que as diversas áreas participantes do tema conduzem a diversas interpretações, as quais buscam interpretá-lo de acordo com seus fundamentos.

Os estudos e pesquisas realizadas pelos pensadores do empreendedorismo têm o intuito de formalizar e esclarecer o assunto. De modo geral existe a provocação de Dewes et al (2004) enfocando que, apesar de significativas as pesquisas sobre o assunto, o que existe é um conjunto de conceitos que norteiam esse tipo de pesquisa e que isso poderá, futuramente, contribuir para a construção de uma teoria universal.

REVISTA TÓPICOS

Como exemplo pode-se citar McClelland (1962), Schumpeter (1984), Drucker (2002), Dolabela (2002) e Dornelas (2003) dentre outros, que apresentam critérios sobre o empreendedorismo, que se encontram sintetizados no Quadro 1. Embora não exista um consenso quanto à definição para o termo, cabe destacar que esses pesquisadores utilizam os princípios de suas próprias áreas de interesse para construir tais conceitos.

Quadro 1. Empreendedorismo na síntese de vários autores

A ut o re s	Especificação
M c C le ll a n d (1 9 6	O empreendedorismo é uma qualidade pessoal, em que os indivíduos são guiados por necessidades psicológicas. Quanto mais o sistema de valores de uma sociedade distinguir positivamente a atividade empreendedora, maior será o número de pessoas que tenderão a optar por empreender.

REVISTA TÓPICOS

2)	
S c h u m p et er (1 9 8 4)	É a criação de novos produtos e novos mercados, a sua essência está na percepção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios.
D r u c k er (2 0	O empreendedorismo é um comportamento e não um traço de personalidade. Trata-se da inovação e do empreendimento como parte integrante do trabalho do executivo.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

0 2)	
D ol a b el a (2 0 0 2)	É utilizado para designar os estudos relativos ao empreendimento, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação e a formação de um empreendimento somado às características ambientais, de acordo com os diversos ramos de atividade (industrial, comercial ou prestador de serviços).
D o r n el a s (2 0	Trata-se de um comportamento que envolve processos organizacionais que permitem à empresa toda trabalhar em busca de um objetivo comum, que é a identificação de novas oportunidades de negócios, por meio da sistematização de ações internas focadas na inovação.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

0	
3	
)	

Fonte: Elaborado pela autora

Schumpeter (1982) conceitua o empreendedorismo como a realização de novas combinações, sendo que cinco tipos de inovações podem ser identificados: introdução de um novo bem ou de uma nova qualidade de bem; introdução de um novo método de produção ou comercialização de um bem; abertura de novos mercados; conquista de novas fontes de oferta de matérias-primas ou de bens semi-faturados; e estabelecimentos de uma nova organização de qualquer indústria, abrangendo, assim, as coisas novas e as novas maneiras de se fazer. Para o autor qualquer pessoa que realizar qualquer tipo de inovação apresentada anteriormente é um empreendedor. A partir do momento em que não se inova não se realiza o ato empreendedor.

Cabe lembrar que as ideias de Schumpeter foram aproveitadas por David McClelland (1972) no início da década de 60 na formulação da perspectiva psicológica do empreendedorismo e por Drucker (2002) na perspectiva da gestão do empreendedorismo. Como resultado disso deu-se um conjunto de pesquisas de conceitos sobre o comportamento empreendedor. Assim, houve um grande interesse no campo do conhecimento científico da Psicologia; pesquisas estas realizadas por cientistas comportamentalistas ou behavioristas que dedicaram principalmente ao estudo da pessoa do

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

empreendedor, suas ações e atitudes. Cabe lembrar que o Behaviorismo é um termo relacionado às variáveis condicionantes do comportamento, segundo Bernardi (2003).

Uma das principais ideias de McClelland (1972) no enfoque comportamental revela que um povo estimulado por determinadas influências desenvolve uma grande necessidade de realização pessoal, como força motivadora do comportamento empreendedor, ou seja, cabe a sociedade fomentar nas pessoas a vontade de vencer, pois os seres humanos tendem a repetir modelos, assim maior será a motivação por empreender, assumindo os riscos para se beneficiar dos lucros (DOLABELA, 2002). O comportamentalista também buscou explicar o crescimento econômico de países e civilizações por métodos das ciências comportamentais, o que abriu espaço para novas pesquisas globais sobre a importância do nível de empreendedorismo de uma sociedade num país. O autor afirma que a necessidade individual por realizações reflete as “expectativas normativas de uma sociedade”, e que o empreendedorismo é uma qualidade pessoal. Para tanto, Dolabela (2002) esclarece que, apesar das pesquisas na área não foi possível estabelecer cientificamente um perfil psicológico do empreendedor.

Drucker (2002) sintetiza outros autores, definindo o empreendedorismo como a prática de empreender e o resultado dessa prática, criando ou ampliando os negócios de uma empresa já existente, por meio da inovação.

Buscando o sentido, Fillion (2004) debruçou sobre o tema para entender o ser humano empreendedor. Sustenta que o empreendedorismo é um

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

fenômeno cultural e social proveniente de fatores e atitudes comportamentais que variam de um lugar para outro, dependendo de situações como o ambiente em que se encontra.

Ainda, Dolabela (2002) considera que o empreendedorismo é a formação de um empreendimento, somado às características ambientais, de acordo com os diversos ramos de atividade. Melhor explicando, nessa perspectiva é preciso levar em conta os ambientes da empresa, desde seu projeto e estruturação, projetados no plano de negócios bem como reconhecer o seu bom desempenho: pela capacidade de identificar e antecipar-se às mudanças externas, pelas características de seus consumidores, pelos seus competidores, fornecedores e o governo. Enfim, as características citadas pelo autor referem-se a um ambiente favorável ao empreendedorismo, como também à vontade das pessoas em implementar negócios, às instituições de apoio local, facilidades para financiamento e outros fatores que favoreçam o desenvolvimento de idéias e projetos.

Conforme cita Dornelas (2001), na compreensão de Dolabela (2002), fazem parte desse processo organizacional pessoas diferenciadas que, motivadas pelo que fazem, querem ser reconhecidas por suas atribuições, referenciadas por criar valor à sociedade, inovando, como observado anteriormente pelo comportamentalista.

Vale lembrar que somente a motivação não é pré-requisito para o empreendedorismo, pois essas pessoas devem ser capacitadas para assumir novos mercados e as mudanças são propícias, visto que Dornelas (2001) afirma que a economia e os meios de produção e serviços também se

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

sofisticaram, e que existe hoje a necessidade de formalizar conhecimentos, que eram apenas obtidos empiricamente, no passado.

3.2 Inovação na visão schumpeteriana

A evolução e as mudanças, às vezes, podem levar a processos inevitáveis de transição, diante de desafios, oportunidades e ameaças que, obrigatoriamente, demandam por mudanças de atitudes que podem romper com padrões anteriores reconhecidos e aceitos.

Antes de apresentar as teorias, faz-se necessário analisar as transformações num certo espaço de tempo, em consequência das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas; algo inédito a considerar são as inovações. E, por traz dessas inovações existem pessoas ou grupos de pessoas com diversas características especiais que, persistentes, exploram oportunidades, arriscam algo diferente, para um sonho tornar-se real, ou seja, pessoas que empreendem.

Embora, não haja consenso na sua exata definição, o que não pode ser negado é o poder econômico do empreendedorismo e sua contribuição ao inspirar indivíduos criativos na busca de oportunidades (FUZETTI, 2006, p.33).

Schumpeter (1939, apud DORNELAS, 2001, p.37) atesta que “O empreendedor 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”.

REVISTA TÓPICOS

Entende-se que essa é a melhor definição para o empreendedorismo, conforme relata o segundo autor. Para tanto no quadro 1 esclarecem-se outros conceitos emitidos por diversos autores. Neste estudo será tratado o pensamento shumpeteriano.

Em continuidade tem-se que o termo “destruição criativa” esclarecido por Schumpeter (1939), é uma combinação antiga, segundo descrito por Foster & Kaplan (2000), encontrada na história egípcia e grega. O pássaro mítico Fênix árabe, era um símbolo primitivo do ciclo de nascimento, vida, morte e ressurreição, levando à imortalidade. Incorporando essa visão no mundo dos negócios, tem-se o significado de continuidade, considerando que a Fênix combinava a criação e a destruição.

Quanto às origens da palavra, embora seus significados estejam perdidos na história das religiões e culturas, sabe-se que Schumpeter não foi o primeiro a revitalizar o elo entre a criação e a destruição, mas sim um dos vários pensadores do assunto, que até hoje têm influência em nossas ideias. Para tanto, aplicou o entendimento da criação e destruição à economia como um processo de continuidade. Sua ideia era a implantação de novos processos, significando que o anterior já se esgotara que poderia ser reestruturado para que se obtivesse crescimento e retorno (FUZETTI, 2006, p.75).

John Maynard Keynes há mais de meio século, identificou que a dificuldade das empresas não está nas novas ideias, mas em escapar das velhas ideias, pois romper padrões é perturbador. Assim como os mercados, as estratégias competitivas e as regulamentações estão em constantes

REVISTA TÓPICOS

mudanças e que, às vezes, até passam despercebidas ou não são discutidas (Foster & Kaplan, 2000).

Entende-se que todo o processo na concepção de Schumpeter, tratado como a “destruição criativa” passa a ser responsável pela promoção das empresas inovadoras, pois as empresas são solicitantes do mercado. Ao mesmo tempo, orientam os agentes econômicos para as novas preferências dos clientes. A verdadeira concorrência está entre as empresas inovadoras que geram esses novos produtos, que ao mesmo tempo retiram do mercado os antigos que deixaram de ser importantes. A dinâmica capitalista, por fim, acaba submetendo o mercado a uma permanência do estado de inovação, mudança, substituição de produtos e criação de novos hábitos de consumo, sendo a destruição criativa uma das responsáveis pelo crescimento econômico de um país (FUZETTI, 2006, p.76).

Na teoria de Schumpeter, o processo competitivo é percebido como o motor do desenvolvimento capitalista, e as inovações como seu combustível. Essa evolução é percebida como:

[...] uma história de revoluções... Um processo de mutação industrial que incessantemente revoluciona a estrutura econômica a partir de dentro, incessantemente destruindo a velha, incessantemente criando uma nova. É nisso

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

que consiste o capitalismo, e é aí que têm que viver todas as empresas capitalistas. ...todos os elementos da estratégia empresarial só adquirem sua verdadeira significação contra o pano de fundo desse processo, e dentro da situação por ele criada. Devem ser vistos sob o vento perene da destruição criadora (SCHUMPETER, 1984, p.112-13).

Depois de examinar-se a literatura sobre empreendedorismo fica evidente a interdisciplinaridade do tema e as preocupações e questões centrais que têm norteado a investigação. Tem-se preocupado com o importante papel desempenhado pelo empreendedor no desenvolvimento empresarial, focando a importância no processo de inovação por meio da referida destruição criativa.

4 METODOLOGIA

Em função do caráter exploratório da pesquisa, foram realizados dois tipos de métodos de coleta de dados: levantamento bibliográfico e entrevista pessoal estruturada e não estruturada, baseada em um questionário com perguntas fechadas e abertas.

REVISTA TÓPICOS

Para o início dos procedimentos de estudo foi utilizado, primeiramente, o levantamento bibliográfico, para conhecimento mais aprofundado do referencial teórico. A vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de autorizar o pesquisador à investigação de uma gama de fenômenos muito mais amplos do que aquela que poderia ser pesquisa diretamente (GIL, 1991).

Na pesquisa foi aplicada entrevista estruturada e não estruturada, com o objetivo de analisar as características da empresa e seu enquadramento, enquanto as entrevistas estruturadas, acrescidas de mais detalhes, foram dirigidas por um roteiro, que teve por intenção a análise da estratégia de inovação ao próprio gestor. roteiro permitiu a flexibilidade necessária à natureza exploratória da pesquisa e devido a isso, as entrevistas foram conduzidas pela própria autora.

5 ESTUDO DE CASO

Levando-se em consideração que o empreendedorismo seja o responsável pela geração de novos produtos ou novos processos, estes processos podem trazer o estímulo para o crescimento, gerando novas inovações, mas, também podem apresentar descontinuidade temporal. O empreendedorismo inovador se aplica pelo resultado da construção formada pela inter-relação organizacional dos processos internos e externos e que, na busca constante da competição pela superação, acarreta a perpetuação do relacionamento ofertante e demandante pelo valor recebido.

REVISTA TÓPICOS

A empresa estudada atualmente, é uma companhia de tecnologia diversificada com vendas globais.

5.1 Análise dos resultados

É possível argumentar também que algumas ações caracterizaram a inovação na empresa. Nessa definição deve-se considerar não apenas a inovação, mas o esforço de desenvolvimento como um todo. Para comprovar isso, a pesquisa mostrou que a maior parte das atividades de inovação esteve focada na melhoria dos processos existentes, programas de melhoria contínua voltados para adaptações de equipamentos e qualidade.

Sintetizando, a atividade de inovação, se dá pela iniciativa de mudanças constantes para atendimento as expectativas do mercado. Porém, como se viu, alguns elementos identificados são considerados importantes para que as ideias geridas pudessem emergir e serem desenvolvidas de forma efetiva.

Assim, de modo a melhor demonstrar como determinados aspectos das ações contribuem para inovação da empresa estudada no presente trabalho, o Quadro 2 sintetiza algumas dessas ações as quais compõem o estudo.

Quadro 2 - Ações da empresa que caracterizam o processo da inovação

Ações na empresa

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

- A. Identificação de necessidades não percebidas: clientes e fornecedores
- B. Estimulo à criação de novos processos.
- C. Tecnologia, redução do custo do produto.
- D. Estímulo ao empreendedorismo.
- E. Busca de conhecimento (know how).

Fonte: Elaborada pela autora, 2024.

As ações identificadas pela pesquisa, mostradas no quadro 2 contemplam quase toda a organização caracterizando um processo de inovação, favorecendo à criação de formas de melhorias dos processos e os novos métodos de produção, com objetivo de custos menores e qualidade, o que culmina por formar um fluxo circular, que só será rompido quando ocorrer outra inovação.

Somando-se a isso com relação ao produto fabricado a mudança ocorrida foi determinada por características que iniciam um processo de inovação, determinado por aperfeiçoamento técnico e melhorada pelo desenvolvimento de nova tecnologia por seus colaboradores. Em relação ao produto, pode ser notado que continuou com sua mesma finalidade, porém, passou a ser fabricado de maneira diferente, a exemplo da mudança do tipo de material, ressalta-se que a produção e as mudanças foram feitas devido a solicitação da necessidade do mercado.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

O avanço alcançado pela empresa estudada no que se refere ao desenvolvimento das práticas inovadoras, de acordo com a pesquisa, baseia-se na geração endógena de uma nova cultura. A empresa em estudo não se posiciona como uma organização que determina seus produtos e processos e trata de oferecê-los aos clientes. Ao contrário, ela desenvolve uma postura estratégica na qual foca, primordialmente, as necessidades dos seus clientes e, a partir disso, ajusta seus processos e competências.

Ficou evidente que a empresa inova por meio da criatividade e pela habilidade, na procura de soluções para melhorar seus processos de fabricação, associando-os à formação de valor ao longo prazo. Demonstrou-se que a capacidade de inovar é resultante da interação entre a cultura empreendedora e os ambientes interno e externo, ocorridas pela adoção de algumas práticas que contribuíram e estimularam essa empresa a escolher a estratégica de inovação e as ações que caracterizam esse processo, conforme apontado pelos autores, em que se trata de compreender as implicações do processo de inovação.

Assim, com base nos resultados da análise do produto pode-se depreender que o processo do produto, destacada no estudo, que era um produto já existente na matriz dela, foi adaptado para tornar-se um produto competitivo, ou seja, foi incrementado para ser aceito por seus clientes, não deixou de ser inovador. Pode-se entender que existem vários fatores para que isso tenha ocorrido, e que foram percebidos pelas pessoas envolvidas, que estimularam as organizações a se reorganizarem e se adequarem à

REVISTA TÓPICOS

competição ambiental criando coisas de forma diferente e, ao mesmo tempo, atendendo as solicitações do mercado.

Independente das estratégias adotadas pela empresa, percebe-se que a empresa por meio de um conjunto de ações internas, criou uma cultura empreendedora que contribuíram para um melhor resultado inovativo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003.

DEWES, Mariana de Freitas; KASTENSMIDT, Christopher; FRACASSO, Edi Madalena. Características de firmas de software de jogos eletrônicos. Enampad, Curitiba-PR, 2004 (artigo)

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

_____. Empreendedorismo corporativo. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

REVISTA TÓPICOS

FILION, Louis J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. RAE – Revista de Administração de Empresas, São Paulo.v. 39, n. 4, p.6-20, Out/Dez, 1999.

FUZETTI, Diana Leite Kochmanski. Um estudo sobre o empreendedorismo schumpeteriano: estratégia empresarial aplicada por uma empresa do setor metalúrgico da região de Piracicaba, 2006. 142f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas). Unisal-Centro Universitário Salesiano de São Paulo, Americana, 2006.

_____. Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. RAE – Revista de Administração de Empresas. São Paulo. v. 34, Abril/Junho, 1999b.

_____. Seminário Internacional Empreendedorismo e Educação. Centro de Convenções do Campus Senac, SP. 24 set 2004.

McCLELLAND, David. A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

McCLELLAND, David. Business drive and National Achievement. Harvard Business Review. Jul/Ago. p.99, 1962 In.DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002.

SCHUMPETER, A Joseph. Capitalismo, socialismo e democracia. Trad. Sérgio Góes de Paula. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.

REVISTA TÓPICOS

_____. Teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

_____. A Theoretical Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process. 2 vols. Nova York e Londres: McGraw-Hill Book Co., Inc., 1939. Edição revisada publicada em 1964. In. FOSTER, Richard N, KAPLAN Sarah. Porque as empresas feitas para durar não são bem sucedidas. Tradução de Adriana Rieche. Rio de Janeiro: Campus, 2002.