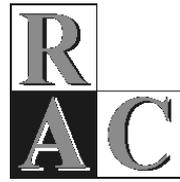




Disponível em  
<http://www.anpad.org.br/rac>

RAC, Curitiba, v. 13, n. 4,  
pp. 702-703, Out./Dez. 2009



## Resenhas Bibliográficas:

### Empreendedorismo além do Plano de Negócio.

Eda Castro Lucas de Souza e Tomás de Aquino Guimarães (Orgs.). São Paulo, Editora Atlas, 2006. 264 p. ISBN: 8522441758.

Por Athos Oliveira Carvalho (UnB).

Países em desenvolvimento como o Brasil carecem de uma cultura mais empreendedora, vista nos demais países desenvolvidos. Para sanar essa deficiência, o SEBRAE desenvolve e apóia diversos projetos, para que não fiquemos à mercê da boa vontade das nações ricas de investir em nossas idéias. Este livro parte do termo empreendedorismo, muito utilizado no mundo globalizado, dando diversas definições e conceitos dessa palavra, para estimular essa cultura de desenvolvimento.

A obra é uma compilação de diversos artigos, escritos por 26 autores e organizada por Eda Castro L. de Souza, doutora em sociologia e mestre em educação pela FLASCO e UnB, e Tomás de Aquino Guimarães, doutor em sociologia pela USP e mestre em Administração pela FGV. Fartamente ilustrada com exemplos e casos, aborda o tema empreendedorismo sob pontos de vista diferentes. É de leitura fácil e agradável, porém sem muita progressão de raciocínio, por se tratar de tantos autores. O livro é dividido em duas partes, que totalizam 12 capítulos.

O Capítulo 1, escrito por Eda C. L. de Souza, avalia a origem dos termos empreendedorismo e empreendedor, partindo da antiguidade e chegando aos dias atuais. Ele procura características capazes de gerar o desenvolvimento e a evolução de micro e pequenas empresas, que são de extrema importância para a economia dos países, oferecendo um alicerce conceitual.

No Capítulo 2, Maurício C. Delamaro, Roberto Bartholo e Bezamant de Souza partem de um grande escritor brasileiro, João Guimarães Rosa, com sua obra **Grande Sertão: Veredas**, para fornecer uma compreensão dos caminhos do empreendedorismo nacional, associando também esse fenômeno à famosa obra de Max Weber.

O Capítulo 3, **Capacidad Empreendedora y Capital Social**, por Cristina C. Gatica, Ramón A. R. Arraigada e Ana M. Rusque, é um tanto quanto intrigante, pois foi completamente escrito em espanhol, o que não tem sentido em um livro editado em português e pode dificultar a leitura de algumas pessoas. Elas destacam que o empresário tem papel muito importante no crescimento do país, não só econômico, mas também social. Relaciona o capital social com o empreendedorismo, ressaltando a função que as universidades têm de desenvolver empresários e investidores.

O Capítulo 4, redigido por Ana C. B. Martes e Carlos L. Rodriguez, versa o caso dos empresários brasileiros em Boston, Estados Unidos, utilizando estudos e dados adquiridos para concluir que a afiliação religiosa, seja de Igrejas Católicas ou Protestantes, situadas naquela região, tem maior papel na solidariedade étnica do que fatores como mesma cultura ou mesma língua.

O Capítulo 5, de autoria de Fernando A. P. Gimenez e Kátia S. Tóffolo trata, baseado nos estudos feitos com as empreendedoras de Londrina (PR), a questão das mulheres que trabalham no setor agropecuário, onde prevalece a presença masculina. Os autores mostram pontos como as principais barreiras encontradas, quais tipos de atividades são desenvolvidas por elas nesse meio e quais os requisitos básicos para atuação nesse campo.

O Capítulo 6, redigido por Kátia V. Ayres, analisa a vida dos funcionários que aderiam ao Programa de Demissão Voluntária, através de um estudo feito sobre os ex-trabalhadores de uma empresa do nordeste, que realizou esse programa. A autora também apresenta estratégias para melhorar a qualidade de vida e lidar com o desemprego nessas situações, deduzindo que ações empreendedoras que desenvolvam novos empresários são indispensáveis.

O Capítulo 7, de Juvêncio B. de Lima, Daniela M. Andrade e Denize Grzybovski, tem como proposta revigorar a discussão da sucessão em empresas familiares empreendedoras, partindo de Barbot e Richomme-Huet (2003), que inicialmente ofereceram esse debate.

No Capítulo 8, os autores Sérgio C. B. de Mello e André Luiz M. S. Leão procuram exemplificar a orientação empreendedora em cinco dimensões básicas, sugeridas por Lumpkin e Dess (1996). Eles valem-se também de uma entrevista feita com quatro diretores de pequenas e médias empresas situadas na Região Metropolitana do Recife (PE) para examinar o comportamento administrativo de cada um.

O Capítulo 9, por Rivanda Teixeira, tem como finalidade examinar o progresso dos dirigentes de pequenas empresas hoteleiras localizadas no Estado de Sergipe. Ele enfatiza meios diferenciados de aprendizagem para os empresários, como participação de programas de treinamento e de *networks*, os quais melhoram o desempenho dos seus negócios e incrementam seus conhecimentos.

O Capítulo 10, das autoras Eda C. L. de Souza, Cristina C. S. Depieri, Simone de A. G. Assis e Thaís Zebrini, enfoca quais são as técnicas e os métodos empregados em IES para a instrução e formação de empreendedores no Brasil. Para tal, elas utilizam os dados de uma vasta pesquisa que avaliou as condições de oferta do PEUE, feito pelo IEL associado com o SEBRAE. Concluiu-se que nas IES ainda prevalece o uso de técnicas habituais de ensino.

No Capítulo 11, de autoria de Gardênia S. Abbad, Renata S. Carvalho e Thaís Zerbini, organiza-se uma **Escala de Perfil Empreendedor**, baseada na verificação de um curso a distância, prestado pelo SEBRAE. A escala pondera dois pontos básicos: **Gestão de Negócio** e **Gestão de Pessoas**, e cada um é analisado com cuidado.

Por fim, no Capítulo 12, Eda C. L. de Souza e Tomás de Aquino Guimarães abordam as facilidades e dificuldades de inserir a educação do empreendedorismo no ensino superior brasileiro, recomendando ações necessárias e indispensáveis para tal. Concluíram que a PEUE teve grande importância para a introdução desse conteúdo em programas e disciplinas nas IES estudadas.

A obra, sem dúvida, é uma fonte abrangente e fundamental para alunos e professores da área de Administração ou áreas relacionadas, com diversas pesquisas e estudos, que irão auxiliar quem deseja dar início a seu próprio negócio ou mesmo expandi-lo.