



UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE MOTOCIDADE HUMANA



A (DES)CONSTRUÇÃO DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO NO SÉCULO XXI

Dissertação elaborado com vista à obtenção do Grau de Mestre em Gestão do
Desporto

Orientadora: Prof^a Dra. Ana Maria Peixoto Naia.

Juri:

Presidente:

Doutor António Fernando Boletto Rosado

Vogais:

Doutor Carlos Jorge Pinheiro Colaço

Doutora Ana Maria Peixoto Naia

Fábio Alexandre Heusi

2019

A (DES)CONSTRUÇÃO DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO NO SÉCULO XXI

Fábio Alexandre Heusi

RESUMO

Esta pesquisa busca caracterizar a evolução do empreendedorismo no Brasil, caracterizando o conceito de empreendedorismo a nível nacional e internacional; descrevendo os fatores que mais influenciam o empreendedorismo no Brasil; e caracterizando o perfil do empreendedor brasileiro e suas necessidades. Para tanto, foi realizada uma revisão sistemática, buscando as palavras-chave “empreendedor brasileiro”, “empreendedorismo brasileiro”, “brazilian entrepreneur” e “brazilian entrepreneurship” nas bases de dados SciElo e B-On. Os resultados foram selecionados por data (2009-2019) e por relevância do tema. Aqueles cujo conteúdo interessava aos objetivos do trabalho foram lidos, arquivados e analisados, totalizando 89 artigos para a revisão sistemática. Os resultados mostram que o conceito de empreendedorismo no Brasil não apresenta diferenças com o resto do mundo, pois não há uma definição brasileira para o fenômeno. O empreendedor brasileiro sofre forte influência da via pessoal e da economia precária no país, buscando nos empreendimentos uma alternativa rentável de sobrevivência, a faixa etária é cada vez menor, a escolaridade vem aumentando e as mulheres dominam maior espaço. Investe-se na capacitação do empreendedor brasileiro, mas ele ainda apresenta como necessidades uma maior qualidade na formação e menores burocracias para que possa empreender com excelência.

Palavras-chave: Brasil; Empreendedor; Empreendedor Brasileiro;

Empreendedorismo

Sumário

1. Introdução	5
2. Metodologia.....	9
3. Resultados	13
3.1 Conceito de Empreendedorismo a Nível Nacional e Internacional.....	15
3.2 Fatores que Mais Influenciam o Empreendedorismo no Brasil	25
3.2.1 O cenário do empreendedorismo brasileiro.	25
3.2.2 Impactos sociais e o empreendedorismo brasileiro.....	27
3.3 O Empreendedor Brasileiro e Suas Necessidades ao Longo dos Tempos	35
3.3.1 Características do empreendedor brasileiro.	36
3.3.2 Perfil sociodemográfico do empreendedor brasileiro.	42
3.3.3 Dificuldades e necessidades do empreendedor brasileiro.	48
4. Considerações Finais	56

1. Introdução

De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo é a união de uma oportunidade empreendedora com a ação empreendedora. Segundo os autores, as oportunidades empreendedoras sempre trazem a perspectiva de algo novo, porém precisam necessariamente de uma ação, que pode acontecer com a criação de uma organização nova ou até mesmo dentro de uma organização já estabelecida.

Dolabela (2010) compreende o empreendedorismo como um processo que transforma sonhos em realidade e em riqueza. Dornelas (2008) complementa que o empreendedor, ao perceber uma oportunidade, passa a criar um negócio que capitalize tal oportunidade, compreendendo que há riscos, mas sendo eles calculados. Chiavenato (2004) vai além, defendendo que o empreendedorismo é a energia da economia. Baggio e Baggio (2015) concordam, acrescentando que o fenómeno se faz essencial no processo de desenvolvimento económico, evoluindo junto com os modelos de valores desenvolvidos em sociedade.

Compreende-se, portanto, que o empreendedorismo não é nada sem a ação de um empreendedor, o que chama os olhares para o sujeito que empreende. Hisrich *et al.* (2014) defendem que o empreendedor é alguém que pensa diferente das outras pessoas, geralmente toma decisões em ambientes inseguros, com altos riscos e muita pressão, carregados de carga emocional, algo não tão comum para pessoas que não empreendem.

Apesar de algumas compreensões globais acerca do empreendedorismo, os teóricos da área dividiam-se em dois grupos para discutir o tema, uma parte deles observava o fenómeno do ponto de vista comportamental, outra parte seguia a teoria económica. Zarpellon (2010) explica que geralmente os economistas associam o empreendedorismo à inovação e impacto social, gerando emprego e rendimentos, e ainda contribuindo para o desenvolvimento da economia, já os comportamentalistas focam-se mais nas características atitudinais do empreendedor, como a criatividade ou a intuição.

Atualmente, segundo Verga e Silva (2014), os estudos sobre o empreendedorismo são marcados pela era dos Estudos de Gestão, principalmente representados por estudiosos do comportamento e administração. Graças às mudanças políticas, económicas e tecnológicas o empreendedorismo é um tema dominante na sociedade atual, por tal motivo houve um crescimento no interesse das

mais diversas áreas sobre o tema. Cabe salientar que apesar do crescente interesse multidisciplinar não há um consenso sobre os estudos do fenômeno, assim, segundo os autores, é necessário um maior número de pesquisas sistemáticas a respeito do mesmo para que o conhecimento sobre o empreendedorismo seja mais consistente.

O termo empreendedorismo (*entrepreneurship*) já vem sendo discutido nos Estados Unidos há muitos anos, visto que o país representa muito o capitalismo e as inovações de mercado. No entanto, o tema só passou a ser discutido no Brasil a partir da década de 1990, de forma que vem crescendo no interesse da população e dos estudos de negócios desde então, uma vez que cresce a necessidade de estabilização da economia nacional e da competitividade de mercado com os produtos e serviços internacionais, fruto da globalização atual (Dornellas, 2008).

O Brasil vem apresentando cada vez maiores taxas de empreendedores no país, considerando pessoas que estão a iniciar seus negócios ou a manter negócios recém-criados, seja com ou sem funcionários. Está entre os países com os maiores números de empreendedores no mundo, ficando atrás apenas da Índia e dos Estados Unidos, conforme pesquisa realizada com Microempreendedores Individuais em 2008 (Greco *et al.*, 2009).

O empreendedorismo brasileiro apresenta características multifacetadas e em constante mudança, necessitando de estudos contínuos a respeito do perfil empreendedor e das necessidades que o país apresenta para impulsionar os seus empreendedores. No entanto, evidencia-se um rejuvenescimento dos empreendedores, de maneira que a maior parte das pessoas que empreendem no país têm idade entre 18 e 24 anos. Alguns dos motivos prováveis para o Brasil trazer tais características acerca do seu perfil empreendedor seriam variáveis macroeconômicas significativas, como o PIB do país e as taxas de desemprego, por exemplo. Isso também poderia explicar o motivo pelo qual os países desenvolvidos têm taxas menores de empreendedorismo do que aqueles em desenvolvimento (Greco *et al.*, 2009).

Considerando a importância do empreendedor para o desenvolvimento do país, deve-se olhar com cuidado para esse sujeito. O país deve incentivar o espírito de iniciativa e a formação de empreendedores. Este papel de fomentar ou incentivar não cabe não só ao governo, que necessita zelar pelo ambiente institucional adequado ao desenvolvimento da força empreendedora da população, mas também às instituições privadas e ONGs, no que se refere à formação do empreendedor (Greco *et al.*, 2009).

Nesse contexto, cabe ressaltar que o ensino do empreendedorismo formal no ensino superior do Brasil não é ensinado apenas em cursos de administração, mas dominado e repassado por professores de física, filosofia, jornalismo e ciências da computação, por exemplo, representando um avanço em comparação aos demais países (Dolabela, 2004).

Barros e Kafrouni (2014) também falam sobre as necessidades da sociedade atual, apontando que hoje existe uma competitividade global em altos níveis, com tecnologia avançando constantemente, produtos novos que vêm se tornando obsoletos cada vez mais rápido, itens que são agravados ainda por fatores correlatos. A consequência dessas mudanças sociais é a exigência que se tem sobre os profissionais contemporâneos. O mercado atual necessita de pessoas empreendedoras, responsáveis, capazes de planejar e atingir metas e dispostas a correr riscos, por exemplo.

Pouco se fala sobre o processo de empreender considerando a liquidez dos tempos e avanços tecnológicos no século atual, mas fala-se sobre criar novas tecnologias como forma de acompanhar tais tempos, restando algumas sugestões para que a sociedade invista no comportamento empreendedor desde cedo. Silva, Duarte e Souza (2013) falam sobre a importância das formações empreendedoras desde o liceu. Segundo os autores, deve-se incentivar a educação que desenvolva a inteligência coletiva, o conhecimento de informações mais diversas para que o sujeito compreenda de verdade o contexto em que está inserido. Greco et. al (2009) defendem que quando o profissional está capacitado ele tem maiores oportunidades de manter e gerir o seu negócio de maneira sustentável e competitiva.

Um fator que gera diversos obstáculos para empreender no Brasil é a fragilidade do sistema de apoio e inovação no país, não existindo grande quantidade de apoio formal à elaboração, orientação e acompanhamento de projetos e da estrutura de financiamento às micro e pequenas empresas (Greco *et al.*, 2009). O campo de pesquisa sobre empreendedorismo no Brasil também ainda é escasso e imaturo quando comparado com outros países mais desenvolvidos, enfrentando desafios como a carência de periódicos que se dediquem especificamente à área, verificando-se contudo um aumento nos últimos anos (Oliveira Junior, Gattaz, Bernardes & Iizuka, 2018).

É evidente o avanço nas pesquisas do mundo a respeito, não apenas do empreendedorismo, mas sobre o modo como os empreendedores se adaptam às

necessidades de cada país. No Brasil não é diferente, uma vez que sua economia e cultura peculiares acabam por gerar interesse em investigações acerca do comportamento empreendedor em contextos específicos dentro do país. No entanto, algumas delas preocupam-se muito em descrever o empreendedor e seus comportamentos como o produto final, mas acabam por não se concentrar na descrição da formação desses sujeitos como empreendedores.

Nota-se timidamente uma atenção dos investigadores à formação dos brasileiros empreendedores e como eles se têm preparado para uma adaptação ao cenário capital do Brasil de hoje. No entanto, não fica claro se a sociedade brasileira realmente tem preparado as pessoas para empreender no país, tampouco ficam claras as necessidades de mudança no perfil empreendedor do brasileiro frente às exigências do século XXI. Este trabalho incide sobre essas preocupações, tendo como questão de partida a seguinte: “Como tem evoluído o empreendedorismo no Brasil?”. O seu objetivo geral é caracterizar a evolução do empreendedorismo no Brasil. Portanto foram selecionados os seguintes objetivos específicos: Caracterizar o conceito de empreendedorismo a nível nacional e internacional; descrever os fatores que mais influenciam o empreendedorismo no Brasil; Caracterizar o perfil do empreendedor brasileiro e suas necessidades.

2. Metodologia

Esta pesquisa é qualificada como abordagem qualitativa e natureza básica. A abordagem na qual se classifica se deve ao facto de não ser uma pesquisa focada em dados numéricos, mas que se preocupa com a qualidade e compreensão dos resultados obtidos, como o entendimento dos fenómenos estudados e seus aspetos (Silveira & Córdova, 2009). Quanto à sua natureza, foi escolhido o título de pesquisa básica tendo em vista o objetivo de proporcionar novos conhecimentos, sem a previsão de uma aplicação prática do conteúdo. Os objetivos da pesquisa incluem criar um conhecimento maior sobre o fenómeno em questão, dessa forma representando um carácter exploratório (Silveira & Córdova, 2009). Segundo Gil (2010, p.27), “as pesquisas exploratórias têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”.

Os objetivos desta pesquisa qualificam-na como exploratória, uma vez que esta propõe maior familiaridade com o tema pesquisado, buscando que seja mais explícito e viabilize a construção de hipóteses (Gil, 2007 cit. in. Silveira & Córdova, 2009, p.35).

Em relação aos procedimentos metodológicos da pesquisa, esta caracteriza-se como bibliográfica, sendo realizada através do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas, como é o caso de livros e meios escritos eletrónicos (Fonseca, 2002 cit. in. Silveira & Córdova, 2009, p.37).

A revisão bibliográfica tem como propósitos construir uma contextualização para o problema e analisar as possibilidades presentes na literatura para conceber o aporte teórico da pesquisa (Alves-Mazzotti, 2002 cit. in. Vosgerau & Romanowski, 2014, p.170). A análise desse conteúdo permite ao pesquisador elaborar “ensaios que favorecem a contextualização, problematização e uma primeira validação do quadro teórico a ser utilizado na investigação empreendida” (Vosgerau & Romanowski, 2014, p.170).

Compreendendo as intenções deste estudo, presumiu-se que não seria necessário realizar uma pesquisa de campo para atingir aquilo que ele propõe. Sendo assim, foi escolhido como método de pesquisa a revisão bibliográfica sistemática, uma forma de investigação focada na questão problema, visando identificar, selecionar, avaliar e sintetizar as evidências de maior relevância encontradas nas fontes pesquisadas (Cordeiro, Oliveira, Rentería, Guimarães & Grupo de Estudos de Revisão

Sistemática do Rio de Janeiro [GERS-Rio], 2007). Dessa forma, a pesquisa utilizou fontes primárias, as quais disponibilizam trabalhos originais, não comentados, permitindo que o próprio autor selecione e analise criticamente o conteúdo (Bernardo, Nobre & Jatene, 2004).

De acordo com Cordeiro, Oliveira, Rentería, Guimarães e Grupo de Estudos de Revisão Sistemática do Rio de Janeiro (GERS-Rio) (2007) os procedimentos para a elaboração de uma revisão sistemática iniciam-se com a elaboração da pergunta de pesquisa e a pesquisa do tema na literatura, ambas já iniciadas, a partir de então são selecionados os artigos, extraídos os dados que em seguida são sintetizados e analisados. Galvão e Pereira (2014) frisam que a busca na literatura auxilia na definição da pesquisa, proporcionando maior familiaridade com o tema e as possibilidades de revisão do mesmo.

No entanto, a etapa de busca dos artigos em revisão sistemática deverá seguir critérios pré-estabelecidos e registros sistemáticos para facilitar a exposição das etapas de pesquisa e os resultados obtidos (Pereira & Galvão, 2014). Assim, conforme Pereira e Galvão (2014), com base no objetivo principal são eleitos termos para a busca nas bases de dados. Resgatando o objetivo principal já citado no trabalho “caracterizar a evolução do empreendedorismo no Brasil e as principais necessidades dos empreendedores brasileiros”, a pergunta que norteia a revisão sistemática é “como se caracteriza a evolução do empreendedorismo no Brasil e quais as principais necessidades dos empreendedores brasileiros?”.

De maneira um pouco mais detalhada, Ferenhof e Fernandes (2015) desenvolveram o método *Systematic Search Flow* (SSF), em tradução livre Fluxo de Pesquisa Sistemática. Segundo os autores, o sistema deve ser composto por três etapas: 1) Definição do protocolo de pesquisa, na qual se estabelece uma estratégia de busca, realiza-se a consulta em base de dados e a organização das bibliografias, padronizando a seleção de artigos e compondo o portfólio de artigos; 2) Análise de dados, que inclui precisamente a consolidação dos dados e; 3) Síntese, que sintetiza e elabora a etapa de resultados.

Dessa forma, o protocolo de pesquisa elaborado inicia-se com a busca por artigos científicos nas bases de dados SciELO (*Scientific Electronic Library Online*) e B-on (Biblioteca do Conhecimento *Online*), essa foi realizada através das palavras-chave “empreendedorismo brasileiro”, “empreendedor brasileiro”, “*brazilian entrepreneurship*” e “*brazilian entrepreneur*”. As plataformas foram selecionadas pela

credibilidade internacional, já os termos de pesquisa são baseados no objetivo da pesquisa em descrever o empreendedorismo e o perfil do empreendedor brasileiro.

Em seguida, foram selecionados os artigos com periodicidade de 10 anos (cobrindo o período de 2009 a 2019), assim contemplando bibliografias atuais, focando na necessidade de conteúdo do século XXI. Através de leitura flutuante dos artigos encontrados, foram escolhidos aqueles cujo conteúdo tinha familiaridade com os interesses da pesquisa acerca do perfil do profissional e trajetória do empreendedorismo no Brasil.

Os artigos selecionados foram categorizados para facilitar a análise dos dados. No arquivamento o autor registra em documento separado todas as informações essenciais encontradas no trabalho que necessita ser categorizado, tomando nota das informações de maneira mais fiel possível ao conteúdo original, podendo acrescentar comentários que enfatizem a sua compreensão a respeito das informações extraídas (Marconi & Lakatos, 2002). Após a revisão sistemática os artigos foram submetidos a uma Análise de Conteúdo. De acordo com Bardin (1977) a Análise de Conteúdo é um conjunto de técnicas de pesquisa com base nas palavras de um texto, de maneira que permite interpretações sobre o conteúdo produzido a partir das palavras utilizadas e repetidas. Para tanto, divide-se a análise em 3 etapas: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados e interpretação. Na primeira, foi realizada uma leitura flutuante, dividindo os trechos dos artigos lidos por temas ou títulos úteis aos objetivos de pesquisa (tais como: empreendedorismo, características do empreendedor, educação do empreendedor, necessidades do empreendedor brasileiro, entre outros), na segunda etapa foi realizada leitura aprofundada dos pontos marcados e em seguida, na terceira etapa, foi elaborada a categorização e discussão do conteúdo encontrado, permitindo interpretações e novas ideias a respeito do tema.

As etapas da revisão sistemática podem ser melhor observadas a seguir, na Figura 1.

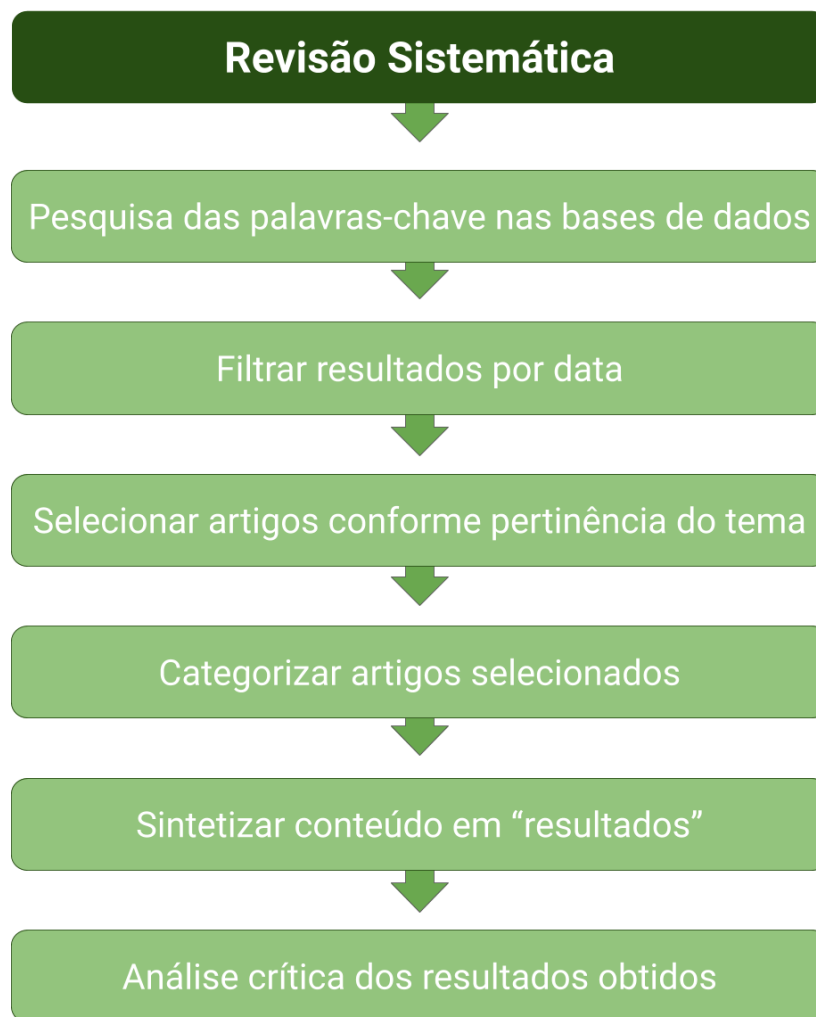


Figura 1. Etapas da Revisão Sistemática

Fonte: Elaborado pelo autor.

3. Resultados

Conforme planejado na etapa anterior, pesquisaram-se as palavras chave nas bases de dados SciELO e B-On para obtenção de material de pesquisa. Na base de dados SciELO a pesquisa identificou o total de 191 publicações, sendo 21 resultados para “Empreendedorismo Brasileiro”, 14 para “Empreendedor Brasileiro”, 108 para “*Brazilian Entrepreneurship*” e 48 para “*Brazilian Entrepreneur*”. Após a aplicação do filtro de data, considerando apenas os artigos publicados entre 2009 e 2019, restaram 145 publicações, sendo 17 resultados para “Empreendedorismo Brasileiro”, 9 para “Empreendedor Brasileiro”, 86 para “*Brazilian Entrepreneurship*” e 33 para “*Brazilian Entrepreneur*”. De acordo com os dados apontados pela SciELO, os artigos encontrados englobam publicações realizadas nos seguintes países: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e Portugal, sendo elas em português, inglês e espanhol.

Dessa forma, foi realizada leitura flutuante dos 145 artigos encontrados na plataforma SciELO. Entre tais artigos, 41 repetidos e que imediatamente foram excluídos, 43 outros artigos acabaram por não trazer conteúdo pertinente ao tema de pesquisa, não sendo utilizados para adensar o conteúdo do trabalho. Assim, restaram 61 artigos que foram catalogados para análise posterior. O Quadro 1, localizado abaixo, ilustra os resultados obtidos por etapa.

Plataforma SciELO			
Palavra-chave inserida no campo de busca	Número de resultados por palavra chave	Número de resultados após o filtro de 2009 a 2019	Artigos selecionados após leitura flutuante
Empreendedorismo Brasileiro	21	17	61
Empreendedor Brasileiro	14	9	
Brazilian entrepreneurship	108	86	
Brazilian entrepreneur	48	33	

Quadro 1. Resultados da pesquisa na plataforma SciELO

Fonte: Elaborado pelo autor.

Também foi utilizada a base de dados B-On, cujos resultados foram mais numerosos, totalizando 40.762 resultados somando todas as palavras-chave utilizadas na busca, sendo 11.932 resultado de pesquisa da palavra chave “*Brazilian*

Entrepreneurship”, 22.923 referentes à pesquisa do termo “*Brazilian Entrepreneur*”, 2.655 em “Empreendedor Brasileiro” e 3.252 para “Empreendedorismo Brasileiro”. Entretanto, devido à grande quantidade de resultados, optou-se por selecionar os artigos desta base de dados apenas como forma de complementar a pesquisa da SciELO. Assim, foram selecionados 28 artigos através de leitura flutuante, visto que os mesmos dissertavam sobre tema correlato aos interesses da pesquisa. Os mesmos também foram fichados para realização de análise posterior. Logo abaixo é possível observar no Quadro 2 os resultados da pesquisa realizada na plataforma B-on.

Plataforma B-On			
Palavra-chave inserida no campo de busca	Número de resultados por palavra chave	Número de resultados total	Artigos selecionados após leitura flutuante
Empreendedorismo Brasileiro	3.252	40.762	28
Empreendedor Brasileiro	2.655		
Brazilian entrepreneurship	11.932		
Brazilian entrepreneur	22.923		

Quadro 2. Resultados da pesquisa na plataforma B-On

Fonte: Elaborado pelo autor.

A lista com os títulos de todos os artigos utilizados, indicando ano de publicação e base de dados onde foram encontrados, está disponível no Anexo 1 deste trabalho. Através da leitura e arquivo dos artigos selecionados, foi possível identificar os principais temas abordados pelos autores, a grande maioria dos artigos apresenta preocupação com a definição do empreendedorismo e das principais características do empreendedor. Por vezes, o conteúdo principal do artigo não é o empreendedorismo, mas há opiniões importantes sobre o tema que se fazem interessantes para esta pesquisa. Apesar dos numerosos artigos que resultaram da pesquisa, nem todos foram citados ao longo do trabalho. Isso se deve ao facto de muitas pesquisas apresentarem conteúdo semelhante, sendo escolhidos os autores que abrangiam um conteúdo maior e com uma explicação mais clara, alguns dos artigos também apresentavam conteúdo interessante sobre um público de empreendedores muito pontual dentro do Brasil e não apresentarem informações que fizessem sentido aos objetivos do trabalho, portanto não foram citados também, para

que a pesquisa se mantivesse enxuta e objetiva. Sendo assim, identificou-se através das leituras que os autores apresentam preocupação com os seguintes temas: O empreendedorismo, definições e características; Empreendedorismo no Brasil; Características dos Empreendedores; Perfil Sociodemográfico do Empreendedor Brasileiro; Empreendedorismo e seus impactos na sociedade brasileira; Empreendedorismo na Educação Formal e Superior no Brasil; Desafios em Empreendedorismo no Brasil; Incentivo ao empreendedorismo no Brasil; e Preocupações na Pesquisa sobre Empreendedorismo.

3.1 Conceito de Empreendedorismo a Nível Nacional e Internacional

Segundo as pesquisas de Paiva, Cunha, Souza Junior e Constantino (2018), a palavra empreendedorismo (entrepreneur) tem origem francesa e significa “aquele que assume riscos e começa algo novo”. Com o mesmo entendimento, Lazzarotti, Silveira, Carvalho, Rossetto e Sychoski (2015), apresentam referências para o termo empreendedorismo como sendo de origem francesa, utilizado para designar aquele que incentivava rivalidades. Ainda os autores na pesquisa discorrem que a semântica francesa influenciou a utilização do termo inglês entrepreneurship, considerado como um processo de combinação de recursos, com intuito de produção de bens e serviços. O empreendedorismo é uma ferramenta de oportunidade de negócios, sendo essencial para sociedade (Paiva, Cunha, Souza Junior & Constantino, 2018), a função dos empreendedores se resume à capacidade de tomar fatores de produção (dentre eles terra, trabalho e capital) para ao final gerar a produção de bens e serviços (Lazzarotti, Silveira, Carvalho, Rossetto & Sychoski, 2015).

Para Melo, Sampaio e Oliveira (2015, p.376), “O termo empreendedorismo é adotado como a abertura de uma empresa através da reunião de insumos produtivos para a geração de novos produtos ou serviços”. Para Hitt, Ireland e Hoskisson (2003 cit. in. Matos, Queiroz, Lopes, Frota e Saraiva, 2012), no que se refere à definição de empreendedorismo, este envolve aspetos de criação, inovação, risco, aprendizagem e redes no campo empresarial, onde empreendedores são indivíduos que agem independentemente ou como parte de uma organização, criando novos empreendimentos ou desenvolvendo inovações e assumindo riscos na introdução ao mercado. Já outros autores como Fillion, por exemplo, relacionam o fenómeno empreendedor a fazer algo inovador e diferenciado objetivando a geração de riqueza

agregando valor para a sociedade (Filion, 2004; Shane & Venkataraman, 2000 cit. in. Matos *et al.*, 2012).

Alguns autores defendem a ideia de que não existe um denominador comum em relação ao tema do empreendedorismo e que dar início a uma pesquisa é encontrar tudo sobre todos, mas, de forma genérica, pode-se identificar duas abordagens distintas: (a) behaviorista ou comportamental; e (b) económica (Boava & Macedo, 2009; Colbari, 2007; Filion, 1999, cit. in. Costa, Barros & Martins, 2012). Abaixo (Quadro 3) é possível identificar um resumo das definições de empreendedorismo encontradas através dos artigos obtidos na pesquisa.

Definição de Empreendedorismo	Autores
Assunção de riscos e início de algo novo	Paiva, Cunha, Souza Junior e Constantino, 2018
Meio de incentivo a rivalidades	Lazzarotti, Silveira, Carvalho, Rossetto e Sychoski, 2015
Conjunto de etapas e eventos que se sucedem, sendo essas: a ideia ou concepção do negócio, o início das operações, implementação e crescimento	Nassif, Ghobril e Silva, 2010)
Processo de criação ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas	Lopes, Gaspar, Hartman, Silva e Reis, 2013
Descoberta, avaliação e exploração de oportunidades para introduzir novos produtos e serviços, formas de organização, mercados, processos e matérias-primas através de esforços organizacionais previamente inexistentes	Vinholis, Souza Filho, Carrer e Chaddad, 2016
Transferência de recursos de áreas de baixa produtividade para outras áreas com melhor produtividade e rendimento	Matos, Queiroz, Lopes, Frota e Saraiva, 2012
Abertura de uma empresa através da reunião de incentivos de materiais para a geração de novos produtos ou serviços	Melo, Sampaio e Oliveira, 2015
Busca, criação e identificação de oportunidades, inovação e abertura de novo negócio	Makhamid Makhamed e Bendassolli, 2017; Matos, Queiroz, Lopes, Frota e Saraiva, 2012; Silva e Pena, 2017
Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas	Makhamid Makhamed e Bendassolli, 2017; Matos, Queiroz, Lopes, Frota e Saraiva, 2012
Uma orientação forte e positiva para o crescimento em vendas, renda, recursos e empregos	Braum e Nassif, 2018

Destruição criativa elaborada por Schumpeter	Fontenele, Moura e Leocadio, 2011; Lazzarotti, Silveira, Carvalho, Rossetto e Sychoski, 2015; Lopes, Gaspar, Hartman, Silva e Reis, 2013; da Silva, Gomes e Correia, 2009; Coda, Krakauer e Berne, 2018; Filardi, Barros e Fischmann, 2014
Não existe um conceito claro e definido de empreendedorismo	Matos, Queiroz, Lopes, Frota e Saraiva, 2012; da Costa, Barros e Martins, 2012; Vinholis, Souza Filho, Carrer e Chaddad, 2016; Braun e Nassif, 2018; Filardi, Barros e Fischmann, 2014

Quadro 3. Compilação de definições de empreendedorismo segundo pesquisas

Fonte: Elaborado pelo autor.

Fica evidente, acima de tudo, que não há consenso de uma definição precisa a respeito do empreendedorismo, mas a maioria dos autores aponta para ações de inovação com o objetivo de gerar lucro e renda como o conceito principal desse fenômeno .

Um termo que surge inúmeras vezes nos estudos encontrados é a “destruição criativa”, segundo Schumpeter, característica fundamental no processo de empreender. Fontenele, Moura e Leocadio (2011, p.184) discorrem sobre o assunto:

Schumpeter (1961) expandiu o conceito de empreendedorismo com a introdução da noção de “destruição criativa”, na qual demonstrava que o empreendedor, ao incorporar inovações e novas tecnologias, contribuía para a substituição de produtos e processos ultrapassados. Assim, o empreendedor assumia não apenas um papel central no avanço e desenvolvimento da economia e da sociedade, como protagonizava também um papel fundamental na evolução da vida empresarial e na substituição das empresas estabelecidas por novas organizações mais capazes de aproveitar as inovações.

Sendo assim, a compreensão que muitos têm sobre o processo de empreender é que os empreendedores criam novos produtos e novas formas de consumir, modificando e gerando novas demandas na sociedade, o que faz com que produtos antigos precisem ser destruídos para que exista espaço para as novas criações.

Segundo Melo *et al.* (2015), empreender requer identificar oportunidades a partir de uma estrutura de custos da economia (Hausmann & Rodrik, 2003 cit. in. Melo, Sampaio & Oliveira, 2015). No mesmo sentido, Nassif, Ghobril & Silva (2010), definem

o processo empreendedor como um conjunto de etapas e eventos que se sucedem, sendo essas: a ideia ou concepção do negócio, o início das operações, implementação e crescimento. Ainda na mesma esfera, os autores destacam que no modelo de processo empreendedor, Bygrave dá maior ênfase aos fatores críticos que impulsionam o desenvolvimento do negócio em cada fase do processo. Ainda verbalizam explicando que o comportamento humano e o empreendedorismo, são moldados por personalidade e pelo ambiente (Bygrave, 2004 cit. in. Nassif, Ghobril & Silva, 2010). Alguns autores ainda trazem que o empreendedor deve ter sempre presente a ferramenta da inovação, uma vez que a definição de empreendedorismo seria um processo de criação ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas (Drucker, 1997; Sarkar, 2007 cit. in. Lopes, Gaspar, Hartman, Silva & Reis, 2013).

A respeito da valorização no empreendedorismo, Da Costa, Barros e Martins (2012), reportam-se ao tema destacando que o empreendedorismo vem sendo valorizado como a principal base do crescimento económico e da geração de emprego e renda na atualidade (Barros & Passos, 2000; Chanlat, 1995 cit. in. Da Costa, Barros & Martins, 2012).

A temática está em plena ascensão, o atual momento em que vivemos é considerado o ideal para inovação, aumento de produtividade e melhoria de modelos de negócios (Melo *et al.*, 2015). Não seria exagero afirmar que estamos a viver a era do empreendedorismo ou o início de um capitalismo empreendedor (Dornelas, 2008; Schramm & Litan, 2000 cit. in. Da Costa, Barros & Martins, 2012). Essa opinião se destaca, uma vez que são os empreendedores que eliminam barreiras comerciais, e culturais, de maneira a encurtar distâncias, globalizando e renovando os conceitos económicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade (Dornelas, 2008; Schramm & Litan, 2008, cit. in. Da Costa, Barros & Martins, 2012). Toda essa compreensão nos leva a entender algumas das coisas que estão envolvidas no empreendedorismo. O esquema da Figura 1 ilustra um pouco tal composição.



Figura 1. O que o empreendedorismo envolve
Fonte: Elaborado pelo autor.

Certamente, muitos outros itens estão envolvidos no processo de empreender, mas não há como negar que as inovações, junto com a quebra de barreiras comerciais, geração de emprego e riquezas são marcas centrais no empreendedorismo.

Fica evidente que os estudos em empreendedorismo percorreram uma longa distância até serem compreendidos como uma área individual de estudo. Por muito tempo o tema foi compreendido como parte de estudos em economia, até chamar a atenção dos profissionais de estudos sociais, que passaram a focar os seus olhares nos fatores internos do sujeito e aos fatores externos e culturais da sociedade que poderiam influenciar no comportamento empreendedor. Felizmente hoje entende-se que o empreendedorismo não é tão simples a ponto de ser reduzido apenas a um fator de influência, mas sim que ele engloba tantos aspectos que se justifica um campo de estudos dedicado a ele (Oliveira Junior *et al.*, 2018).

Conhecer a trajetória do empreendedorismo é de extrema importância para que possamos compreender onde ele está hoje e qual o movimento que tal fenômeno faz dentro de um país como o Brasil. Portanto, a seguir, apresenta-se uma linha do tempo que marca os principais acontecimentos dos estudos e práticas empreendedoras no Brasil e no mundo, representada pelas Figuras 2 e 3.

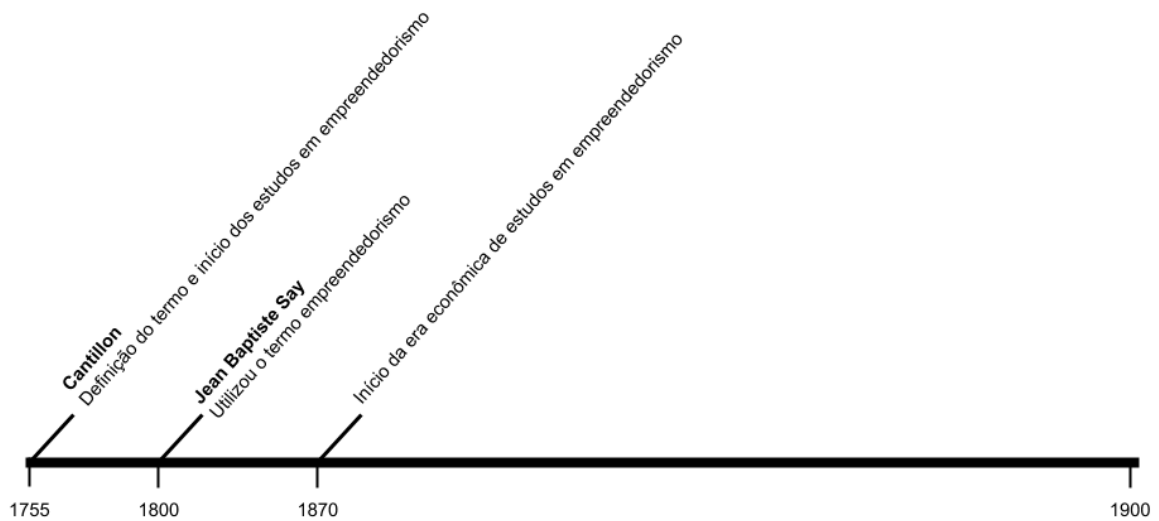


Figura 2. Linha do tempo do empreendedorismo parte 1
Fonte: Elaborado pelo autor.

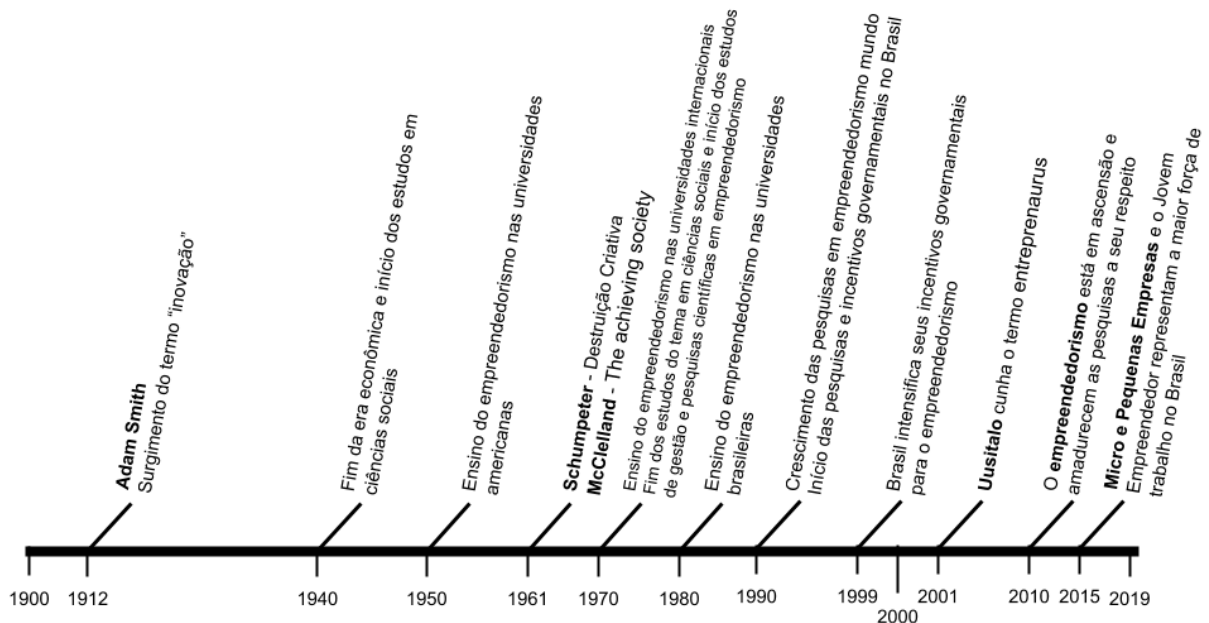


Figura 3. Linha do tempo do empreendedorismo parte 2
Fonte: Elaborado pelo autor.

Matos, Queiroz, Lopes, Frota e Saraiva (2012), em sua pesquisa, apresentam a origem do termo empreendedorismo, atribuindo a Jean Baptiste Say, que por volta de 1800 o utilizou para designar a transferência de recursos de áreas de baixa produtividade para outras áreas com melhor produtividade e rendimento (Verbeu,

Wennekers & Thurik, 2001 cit. in. Matos *et al.*, 2012). Cabe complementar que o sentido atual do termo teria surgido na Inglaterra, com a Revolução Industrial (Schöllhammer & Kuriloff, 1979 cit. in. Matos *et al.*, 2012).

Cantillon é considerado para alguns o criador do termo empreendedorismo (Hisrich e Peters, 2004, cit. in. Lazzarotti *et al.*, 2015), entretanto, segundo pesquisas, foi Say quem ficou conhecido como o pai do empreendedorismo, uma vez que este primeiramente lançou as bases de estudo desse campo (Filion, 1999, cit. in. Lazzarotti *et al.*, 2015). Com conclusões diversas, segundo Alves e Bornia (2011), Cantillon foi o precursor do estudo do empreendedor há mais de dois séculos, em 1755, onde estudiosos de diferentes áreas do conhecimento debatem o tema a fim de descrever este agente.

Para Oliveira Junior, Gattaz, Bernardes e Iizuka (2018), o empreendedorismo tem uma longa história que se inicia no século XVIII, embora, de forma mais sistemática, a pesquisa sobre empreendedorismo se tenha iniciado nos anos entre 1970 e 1980 (Landström & Benner, 2010 cit. in. Oliveira Junior *et al.*, 2018).

Ainda sobre o tema, no que se refere ao conceito de empreendedorismo, Lopes, Gaspar, Hartman, Silva e Reis (2013) discorrem sobre o assunto, onde explicam que Cantillon, no seu ensaio *Essai sur la Nature du Commerce en General*, em 1755, fez uso da palavra empreendedor pela primeira vez, dando o significado ao tema como sendo sujeitos auto empregados, que se ajustam ao risco de labor, na incerteza do retorno. Segundo os autores, o empreendedor é um indivíduo que coloca em prática o desejo de conversão de uma nova ideia, transformando-a numa inovação de sucesso, introduzindo novos produtos ou serviços em substituição aos anteriormente utilizados.

Cantillon, em 1755, definiu o empreendedor como alguém que comprava matéria-prima para processar e posteriormente revender por um preço acima, sendo assim o empreendedor alguém que assume riscos, aproveita as oportunidades, com o objetivo de obter lucros, através de suas ações de desafio (Dolabela, 1999 cit. in. Lazzarotti *et al.*, 2015).

Veio do trabalho seminal de McClelland, na década de 60, uma contribuição influente para essa era, a “The achieving society”, a qual demonstra que a importância para o desenvolvimento econômico da sociedade e os valores que prevalecem são muito importantes. Essa característica se dá por um foco mais baixo nas normas institucionais e em relação a outras pessoas que representam nações

economicamente melhor desenvolvidas, um maior foco na abertura. Assim, o empreendedor, para o desenvolvimento do país, é a força motriz do crescimento económico (McClelland, 1961 cit. in. Oliveira Junior *et al.*, 2018).

Joseph Alois Schumpeter é considerado uma das principais figuras no campo dos economistas, sendo o principal responsável pela popularização do termo empreendedorismo, em 1945, através da teoria da destruição criativa (Coda, Krakauer, & Berne, 2018). De acordo com Lazzarotti *et al.* (2015), Schumpeter aborda na obra *Teoria do Desenvolvimento Econômico* que o empreendedor realiza combinações novas na economia, sendo uma parte importante na motivação do crescimento económico de algum local. Segundo os autores, ele também foi o primeiro a estabelecer uma diferenciação conceitual entre gerentes, proprietários de pequenos negócios e empreendedores, no entanto, os autores não especificaram tais diferenças em sua pesquisa. Segundo pesquisas de Paiva *et al.* (2018), para entender o termo empreendedor, que está amplamente ligado ao capitalismo, deve-se compreender inicialmente o termo inovação, que por sua vez “apareceu originalmente em Cantillon, cerca de vinte anos antes de Adam Smith (1912 - inovação), referindo-se ao indivíduo capaz de observar e aproveitar as discrepâncias entre a oferta e a demanda no mercado para lucrar.”(Blaug, 1995, p. 460, cit. in. Paiva *et al.*, 2018, p. 156).

A era econômica, existente entre 1870 e 1940, representou o início da pesquisa em empreendedorismo (Oliveira Jr *et al.*, 2018). De acordo com Oliveira Júnior *et al.* (2018) havia três principais autores que representavam as visões dessa era: Schumpeter (visão alemã), Knight (visão americana) e Kirzner (visão austríaca). O pressuposto básico era que o crescimento econômico resultava em novas combinações ou inovações. Cabe destacar as inovações, que assumem a forma de novos produtos, métodos de produção e novas estruturas organizacionais na indústria.

Ainda sobre as eras do empreendedorismo, Oliveira Junior *et al.* (2018, p.612), apresentam o seguinte:

Depois da era econômica, o empreendedorismo foi impulsionado pela ciência social (1940-1970), especialmente pelas plataformas de conhecimento, influenciadas por duas abordagens principais – sociológica e psicológica. A abordagem psicológica centrou-se em traços e categorias do empreendedor, enquanto a sociológica enfocou na etnicidade, cultura e rede.

Entre as maneiras de observar e compreender o empreendedorismo destacam-se pelo menos três abordagens principais: econômica; ciências sociais; e estudos de gestão (Landström & Benner, 2010 cit. in. Oliveira Junior *et al.*, 2018). Cada uma delas foi importante num momento específico da história dos estudos em empreendedorismo e tem características muito específicas, que podem ser melhor compreendidas através da Tabela 1.

	Estudos de economia	Ciências Sociais	Estudos de Gestão
Quando acontece?	1870 - 1940	1940 - 1970	1970 - hoje
Quem estuda?	Knight, Schumpeter e Kirzner	Sociólogos e Psicólogos; McClelland	Estudiosos específicos da área de empreendedorismo
Como compreende o empreendedorismo?	Fenômeno do desenvolvimento econômico	Traços do empreendedor e fenômenos culturais	Campo científico individual que engloba fatores econômicos e de ciências sociais

Tabela 1. Campos de estudo do empreendedorismo

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na mesma esfera, Tonelli, Brito e Zambalde (2011), argumentam que a temática está em plena ascensão, defendendo seu ponto de vista através dos argumentos de Dornelas (2008) que o atual momento em que vivemos é considerado o ideal para inovação, aumento de produtividade e melhora de modelos de negócios. Não seria exagero afirmar que estamos vivendo a era do empreendedorismo ou o início de um capitalismo empreendedor (Dornelas, 2008; Schramm & Litan, 2000 cit. in. Da Costa, Barros & Martins, 2012).

Ituassu e Tonelli (2014) concluem que num sistema de ideias, crenças, tradições, princípios e mitos próprios consiste o empreendedorismo, que é sustentado por diferentes grupos sociais. Dessa forma, esse sistema ultimamente faz do empreendedorismo um valor universal, o homo economicus de outrora estaria sendo substituído gradativamente pelo homo *entreprenaurus* (Boava e Macedo, 2009 cit. in. Ituassu & Tonelli, 2014). Conforme Ituassu e Tonelli (2014), o termo *entreprenaurus* foi cunhado por Uusitalo em 2001 para descrever uma personalidade dinâmica, autoconfiante e com menos aversão ao risco (Uusitalo, 2001 cit. in. Ituassu & Tonelli, 2014).

Para Da Costa, Barros e Martins (2012), no caso do Brasil, o empreendedorismo é mais intenso nos anos 1990, uma vez que, foram criados vários programas específicos por parte do Governo Federal, voltados para o público empreendedor. Um exemplo é o caso do programa Brasil Empreendedor, que entrou em vigor em 1999 e finalizou em 2002, sendo o objetivo a capacitação de mais de seis milhões de empreendedores em todo o país, destinando recursos financeiros através de um investimento de oito bilhões.

Hoje o país conta com mais de dez milhões de micro e pequenos empreendedores, cuja importância para a economia nacional vem crescendo cada vez mais. No ano de 2015, as micro e pequenas empresas foram responsáveis por 27% do Produto Interno Bruto brasileiro, representando também 52% da força de trabalho registrada no país (Coda, Krakauer & Berne, 2018).

Há ainda muitos aspectos a serem abordados a respeito da evolução do empreendedorismo no Brasil e no mundo. É um assunto recente que tem ganho notoriedade nas últimas décadas, havendo muito para evoluir.

Quando se procura definir o empreendedorismo são muito comuns termos como inovação, mudanças, assunção de riscos e crescimento económico, não havendo uma só definição comum ao empreendedorismo com base em todas as referências utilizadas. Fica evidente através das leituras realizadas que o comportamento de empreender vem de indivíduos que podem abrir novos negócios ou empreender dentro de organizações já existentes, sempre identificando e criando oportunidades, visando o aumento da renda e lucro e, para isso, assumindo riscos.

A única unanimidade que se identifica com base nas pesquisas efetuadas, é o reconhecimento de que não há um denominador comum sobre o conceito de empreendedorismo entre os autores. Portanto, embora alguns autores apontem para termos semelhantes, o empreendedorismo não é tão simples a ponto de ser reduzido a apenas uns poucos fatores, mas sim uma análise mais globalizada que identifique tantos aspectos que se fazem importantes no processo de empreender, devendo surgir um campo de estudos dedicado a ele e seus desdobramentos. O fenómeno é antigo na história da humanidade, mas os estudos a respeito do empreendedorismo de maneira mais específica e aprofundada vêm crescendo e recebendo mais atenção a partir das últimas décadas, tendo certamente ainda muito para evoluir.

3.2 Fatores que Mais Influenciam o Empreendedorismo no Brasil

3.2.1 O cenário do empreendedorismo brasileiro.

De acordo com as pesquisas de Tietz, Anholon, Cooper Ordonez e Quelhas (2015, p.18), os dados obtidos através da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) indicam que “[...] hoje o Brasil é reconhecido como um dos países mais empreendedores do mundo, com uma taxa de atividade empresarial (EAR) de aproximadamente 17,2%. Segundo o GEM, o EAR pode ser definido como o número total de indivíduos entre 18 e 64 anos que estão iniciando um novo negócio”. Pedrosa, Massukado-Nakatani e Mussi (2009) trazem resultado de pesquisa, onde o Brasil figura em ranking de taxa de empreendedores iniciais (TEA) no décimo lugar, a qual aponta que 11,7% da população do país entre 18 e 64 anos, o equivalente a 13,7 milhões de pessoas, na época do estudo, estava envolvida na criação de algum tipo de atividade empreendedora.

Nassif, Andreassi e Tonelli (2016), apresentam pesquisa mais atual, onde, em relação à sua população, o Brasil tem visto um alto índice de empreendedorismo, uma vez que, apesar de todas as dificuldades vivenciadas por um empresário brasileiro, 32,3% dos brasileiros entre 18 e 64 anos estão envolvidos em alguma forma de atividade empreendedora, dado mostrados pelos números do Global Entrepreneurship Monitor (GEM Brasil, 2013 cit. in. Nassif, Andreassi & Tonelli, 2016).

Estes números e outras pesquisas apresentadas colocam o Brasil numa lista de classificação, onde, para Nassif et al. (2016), tem o seguinte resultado:

O Banco Mundial, de uma lista de 185 países, classifica o Brasil como o 130º lugar em termos de como é fácil conduzir negócios (The World Bank, 2013). Nesse contexto, não é surpresa que 25% das empresas fechem suas portas nos primeiros dois anos de existência (SEBRAE, 2013). No entanto, apesar das dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras em seu duplo turno diário de trabalho e das condições desfavoráveis aos empreendedores no país, o número de mulheres empreendedoras é bastante significativo no Brasil. (The World Bank, 2013; SEBRAE, 2013, cit. in. Nassif *et al.*, 2016, p.214).

Com base nestes dados, analisa-se o perfil das empresas, onde, segundo Rosas e Sauaia (2009), ao pesquisar os dados levantados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) do ano de 2004, identificaram que

[...] 99% das empresas formais no setor privado urbano brasileiro são micro e pequenas [MPEs] e geram 57% do total de empregos. Apesar de MPE não ser sinônimo de empreendedorismo, cabe destacar que a maior parte dos novos negócios se inicia com este porte. Embora expressivas, tais estatísticas estão associadas a um facto digno de nota: a taxa de mortalidade de MPEs com até quatro anos de existência é de 60% (SEBRAE, 2004, p. 19, cit. in. Rosas & Sauaia, 2009, p.665).

No que se refere ao empreendedorismo no Brasil, o tema é melhor explicado por Fontenele et al. (2011, p.189), da seguinte maneira:

Muito embora o Brasil seja reconhecido como um dos países mais empreendedores do mundo na atualidade (MINNITI; BYGRAVE; AUTIO, 2006), ainda existem barreiras culturais que podem evidenciar no nível de interesse das pessoas quanto à criação e manutenção de um novo negócio. Apesar de os dados mais recentes do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) indicarem uma taxa empreendedora total mais relacionada ao empreendedorismo de oportunidade, culturalmente o brasileiro está ainda bastante arraigado ao conceito de emprego e salário, e o sistema de ensino no país vem tradicionalmente preparando o estudante para ser empregado (MAMEDE, 2005).

Já para Da Costa, Barros e Martins (2012), no caso do Brasil, o empreendedorismo é mais intenso nos anos 1990, uma vez que, foram criados vários programas específicos por parte do Governo Federal, voltados para o público empreendedor. Um exemplo é o caso do programa Brasil Empreendedor, que entrou em vigor em 1999 e finalizou em 2002, sendo o objetivo a capacitação de mais de seis milhões de empreendedores em todo o país, destinando recursos financeiros através de um investimento de oito bilhões.

Hoje o país conta com mais de dez milhões de micro e pequenos empreendedores, cuja importância para a economia nacional vem crescendo cada vez mais. No ano de 2015, as micro e pequenas empresas foram responsáveis por 27% do Produto Interno Bruto brasileiro, representando também 52% da força de trabalho registrada no país (Coda *et al.*, 2018).

O Brasil é um dos poucos países que oferecem condições de ascensão no mundo. Empresários que começam do zero são prova disso diante dos seus inúmeros problemas (O País..., 2007, p.44, cit. in. Da Costa, Barros & Martins, 2012). Essas histórias devem servir de estímulo para outros empreendedores, que devem se

manter focados e firmes no objetivo de crescer, gerar fontes de emprego, oferecer serviços e produtos de qualidade. Este resultado é bom para o país e empresários a nível mundial (Quinteto..., 2006, p.42, cit. in. Da Costa, Barros & Martins, 2012).

Para da Costa, Barros e Martins (2012), mesmo quem não é empreendedor nato pode absorver as características de um para se desenvolver profissionalmente. Sobre o tema, Carvalho e Sugano (2016) discorrem que o empreendedorismo e inovação são a base para o desenvolvimento regional e nacional. Diante disso, são protagonistas no cenário nacional, os empreendedores e startups. Em razão disso, um novo paradigma surge no que se refere a estudos sobre a inovação, o Open Innovation, porém a relação entre inovação aberta e empreendedorismo é pouco explorada.

O cenário atual do empreendedorismo no Brasil dá inúmeras pistas sobre o modo como se dá a formação do empreendedor brasileiro. Não há como negar que existe um alto nível de empreendedorismo no país quando comparado a outros países, o Brasil apresenta políticas de incentivo ao empreendedor que facilitam o desenvolvimento de sujeitos comuns a empreendedores, o que resulta também em um número considerável de jovens e mulheres compondo o cenário.

Os micro e pequenos empreendedores são uma força considerável na economia e força de trabalho do Brasil, o que é representado também pelas startups, cada dia mais comuns e em ascensão.

No entanto, entre alguns dos desafios dessas empresas e empreendedores está a mortalidade das empresas, ocorrendo em grande parte nos primeiros anos de sua existência, e a própria preparação do povo brasileiro, hoje ainda muito incentivado através da educação e do meio social a ocupar espaços de emprego fixo e assalariado. Não havendo tanto estímulo ao empreendedorismo quanto seria ideal para diminuição da mortalidade de empresas e prosperidade do nível de empreendedorismo no país.

3.2.2 Impactos sociais e o empreendedorismo brasileiro.

Entre os artigos arquivados, pelo menos 31 deles fazem alguma correlação com as necessidades sociais e o empreendedorismo e seu impacto na sociedade. Para Paiva *et al.* (2018) compreender os conceitos de inovação e empreendedorismo tem utilidade quando se busca compreender a dinâmica económica de sociedades

capitalistas. Além disso, no contexto brasileiro, tal compreensão se faz importante para esclarecer a recessão econômica vigente no país e também para a criação de políticas públicas capazes de auxiliar na recuperação da economia.

Segundo a visão de Schumpeter, o empresário inovador (empreendedor) possui um papel central na dinâmica capitalista, considerando que empreender significa a “criação de novas combinações”, o empreendedor é quem irá implementar essas novas combinações (Heertje, 2008, p. 321 cit. in. Paiva *et al.*, 2018). McClelland (1968 cit. in. Alves & Bornia, 2011) também compreendia que a necessidade de realização pessoal de um povo era o que movimentava o desenvolvimento das nações. Maslow (2001 cit. in. Alves & Bornia, 2011) fala ainda sobre as sociedades boas e as sociedades em regressão, explicando que essas diferem devido às oportunidades empreendedoras e sujeitos empreendedores que cada uma possui.

A atividade empreendedora, além de impulsionar o crescimento econômico, também acaba por ser fonte de geração de empregos em muitos casos (Ovaska & Sobel, 2005; Zacharakis, Shepherd, & Bygrave, 2000 cit. in. Verdugo, 2018). Assim, vem crescendo exponencialmente a consciência da importância que os empreendedores têm para o desenvolvimento da economia, pois os empreendedores geram empregos, inovações, competitividade de mercado, refletindo em um ritmo mais acelerado de crescimento econômico (Acs, 2007; Acs, Desai e Hessels, 2008 cit. in. Alves & Bornia, 2011).

De acordo com Paiva *et al.* (2018) a criação de uma cultura com as citadas qualidades empreendedoras requer muitas ações intencionais, pois não seria possível que algo com tanto refinamento surgisse de maneira espontânea, em especial em ambientes no país onde as condições institucionais não acompanham as evoluções em empreendedorismo e inovação. Entendendo essa necessidade, é necessário discutir a respeito do sistema educacional, núcleos familiares e de convívio social para que todos estimulem as características empreendedoras na formação das crianças, uma vez que todos esses meios surgem como influência para o sujeito que se transforma em empreendedor. Esse estímulo não se faz importante apenas para o desenvolvimento de sujeitos empreendedores e de uma cultura favorável à inovação e prosperidade econômica e social, mas incentivos à criatividade, à liderança, o respeito aos direitos individuais e às regras sociais, à inventividade, à engenhosidade são essenciais para a formação da identidade de qualquer criança.

Quando bem sucedido, o empreendedorismo pode trazer benefícios às comunidades, indo além das riquezas que o próprio empreendedor pode obter (Dana, 2011; Davidson, 1995; De Soto, 2000; Hindle, 2010; Lee et al., 2000 cit. in. Nelson & Sant'Anna, 2012). A atividade empreendedora acontece também em contextos nos quais muitos atores buscam melhorias na realidade social e educacional. Acumula-se assim uma série de experiências organizacionais que acontecem na sociedade, reforçando noções de cooperação, confiança e solidariedade entre grupos sociais e entidades (Froes & Melo, 2002 cit. in. Carrer, Plonski, Carrer & Oliveira, 2010). O empreendedorismo proporcionou o enriquecimento da diversidade matricial econômica do Brasil, conseqüentemente auxiliando no desenvolvimento econômico, assim se compreende que o empreendedorismo é um motor da economia, inovação e crescimento econômico no mundo atual (Carrer *et al.*, 2010).

Marquesan e Figueiredo (2014) apontam muitas críticas ao modo como o capitalismo e a necessidade de empreendedorismo tradicional vêm influenciando o modo de vida e cultura dos artesãos, por exemplo, tendo em vista que o artesanato é muito mais antigo do que o capitalismo. A preocupação com o desenvolvimento do empreendedorismo por parte da sociedade passou a criar instituições que interferem no modo como os artesãos empreendem. O objetivo das instituições é impulsionar economicamente os microempreendedores, mas acaba por alterar seu modo de trabalho sem que as mudanças realmente façam sentido para esses empreendedores. No entanto, há formas de incentivar o desenvolvimento desses profissionais sem que haja uma imposição de correntes ideológicas que acabe por incapacitar a ação desses sujeitos. Dessa forma, os autores incentivam uma transformação sociocultural emancipatória, que permita a independência e até uma lógica que exclua o objetivo capital como motivador principal para os empreendedores. Incentiva-se sim a mudança e desenvolvimento, porém desde que considere as vontades, criatividade e modo de vida desses artesãos. Portanto, deve-se sempre incentivar o crescimento dos sujeitos empreendedores, mas compreendendo suas necessidades e sua própria cultura.

Identificando que o Brasil é um país cujos empreendedores são mais jovens, é importante compreender o cenário jovem dos empreendedores no Brasil e sua realidade. Considerando pessoas na faixa etária de 16 a 24 anos, no país há 37 milhões de jovens, metade dessas pessoas não estuda, a outra metade não acompanha a série que deveria estar de acordo com a sua idade. Mais de metade dos

jovens no país não tem carteira de trabalho assinada, estes estão muitas vezes vinculados a micro e pequenas empresas, onde há maior parcela de informalidade e menores direitos de trabalho, por exemplo. A respeito do trabalho informal, o país registra número de mão de obra informal dentre os jovens superior aos mesmos índices no que se refere a adultos (Pochman, 2009 cit. in. Bulgacov, Cunha, Camargo, Meza & Bulgacov, 2011).

Bulgacov, Cunha, Camargo, Meza e Bulgacov (2011) preocupam-se em entender quem é o empreendedor jovem brasileiro e quais as suas necessidades. Os dados obtidos indicam que há uma precariedade na atividade empreendedora desses jovens, seriam eles os trabalhadores por conta própria ou pequenos empreendedores por necessidade. Nesses casos o ato de empreender surge como uma alternativa ao desemprego e à exclusão, como uma ação realizada pela necessidade de sobrevivência. Geralmente são pessoas caracterizadas por situações de precariedade encobertas pelas vantagens que usufruem de alguma forma por serem empreendedores. Fontenele *et al.* (2011) complementam, defendendo que muitas vezes o jovem entra no empreendedorismo objetivando a ascensão social frente à falta de investimento em capital humano formal, por outro lado o sujeito que tem bastante investimento em educação formal pode acabar sendo incentivado nesses espaços a procurar por empregos fixos que exijam a sua qualificação.

A precarização dos vínculos de trabalho bem como a insegurança do sujeito no emprego são causas de vulnerabilidade social, perda de vínculos e de referências de inserção (Castells, 1999 cit. in. Bulgacov *et al.*, 2011). Uma alternativa às dificuldades do mercado formal e ao desemprego certamente é o trabalho por conta própria, um pequeno empreendedor patrão de si mesmo que controla seu tempo e ritmo de trabalho (Bulgacov *et al.*, 2011).

É importante diferenciar o jovem empreendedor por necessidade e o jovem empreendedor por oportunidade, para isso analisando qual foi a motivação do sujeito para que começasse a empreender. Os países mais desenvolvidos apresentam menores taxas de participação dos jovens empreendedores quando comparados com os países menos desenvolvidos, o que leva a questionar se realmente o empreendedorismo brasileiro não ocorre em maior parte por necessidade. De qualquer forma, torna-se necessário o incentivo do empreendedorismo jovem diante das taxas de mortalidade das empresas causadas pela falta de escolaridade, experiência e recursos (Bulgacov *et al.*, 2011).

Países mais estruturados em termos de produção e padrão tecnológico, por exemplo, buscam aumentar o tempo de formação e retardar a entrada dos jovens no mercado de trabalho. Ao passo que em países mais pobres, como na América Latina existe a necessidade de ingresso no mercado de trabalho desde cedo para a garantia de sobrevivência e formação desse jovem. Há cada vez maior dificuldade de inserção no mercado de trabalho, evidente através das taxas de desemprego, o que gera a informalidade ou atividades de trabalho precárias (Aghion & Howitt, 2005 cit. in. Fontenele *et al.*, 2011).

Na pesquisa realizada por Fontenele *et al.* (2011) é possível reforçar a hipótese de que a capacidade empreendedora brasileira se configura muito mais como uma outra alternativa de trabalho do que uma contribuição real para o desenvolvimento e crescimento económicos, compreendendo também que dessa maneira o impacto do empreendedorismo sobre as taxas de crescimento económico pode ser negativo.

Considerando que a assunção dessa atividade empreendedora ocorre muitas vezes por necessidade, o empreendedorismo nesses casos vem de pessoas com pouca experiência, baixa renda, pouca formação, dentre outras dificuldades que não são capazes de permitir uma sobrevivência digna e formação adequada a esse sujeito, mesmo através do seu ato de empreender (Bulgacov *et al.*, 2011).

O Brasil está na categoria de países que possuem uma distribuição de renda desigual, no qual grande parcela das famílias possui baixo nível de renda familiar, baixo nível de escolaridade e baixa capacidade de investimento. Além disso, o país possui uma estrutura de produção instável e com atividades económicas com baixo nível de produtividade e trabalho precário, convivendo com atividades que utilizam tecnologias avançadas e relações de trabalho excessivamente formalizadas. Estas características socioeconómicas impedem que o jovem se dedique especialmente à sua atividade de formação, tendo de buscar no mercado de trabalho alternativas para sua sobrevivência e até de sua família, além de recursos para sua formação (Bulgacov *et al.*, 2011, p.717).

A válvula propulsora do empreendedorismo no Brasil, segundo diversas pesquisas, se dá através do jovem empreendedor, que acredita e impulsiona a área no país. Bulgacov *et al.* (2011) discorrem observando que no Brasil a maior parte dos jovens emprega poucas pessoas e tem pouca estrutura para enfrentar os riscos do mercado. Dentre outros fatores, destaca-se o baixo índice de escolaridade, que acaba por conduzir o negócio a uma maior probabilidade de fracasso. Os que resistem não

geram impactos económicos e, de forma precária, mantêm a sobrevivência de muitos jovens, excluídos da formalidade do mercado de trabalho. Esses, por sua vez, têm melhores habilidades para sustentar as oportunidades de negócios. Não menos importante, deve-se destacar que o apoio e a sustentabilidade do jovem empreendedor dependem do contexto geral, incluindo as políticas educacionais.

Com base nas pesquisas de Bulgacov *et al.* (2011, p. 702) “Um quarto da população brasileira de jovens entre 18 e 24 anos denomina-se como empreendedora; é a maior entre os países selecionados da América Latina. Corroborando com a informação da pesquisa, segundo o GEM (2008, cit. in. Bulgacov *et al.*, 2011, p. 702), em um universo de 42 países que fizeram parte do levantamento, “o empreendedorismo jovem coloca-se na terceira posição no ranking mundial (25%), sendo superado somente pelo Irã (29%) e pela Jamaica (28%)”. Esta pesquisa traz à tona o conhecimento de que um dos fatores explicativos do aumento da posição do jovem no panorama do empreendedorismo do Brasil são as condições em relação às oportunidades de trabalho enfrentadas por jovens entre 16 e 24 anos (Bulgacov *et al.*, 2011).

Outro fator, segundo a pesquisa dos autores, que tem forte reflexo sobre a possibilidade de sucesso do empreendimento, é o baixo nível de escolaridade dos jovens empreendedores. De acordo com a pesquisa, “Essa característica socioeconómica do jovem empreendedor brasileiro limita sua possibilidade de crescimento pessoal e também a de seu negócio. No entanto, embora com grandes oscilações, observa-se uma pequena tendência de melhoria na formação dos jovens empreendedores, especialmente em relação à educação superior” (Bulgacov *et al.*, 2011, p. 707).

Quanto ao direcionamento das atividades empreendedoras do jovem empreendedor no Brasil, destaca-se os números apresentados por Bulgacov *et al.* (2011), onde:

Observa-se que mais de 50% dos jovens empreendem em serviços orientados a consumidores. Normalmente, esse tipo de serviço é de baixa produtividade e exigência em relação à qualificação e à experiência. Encontram-se classificados nesta atividade serviços pessoais, vendedores ambulantes, serviços de limpeza e conservação, entre outros. A proporção dos serviços orientados às empresas, de 2001 a 2008, embora ainda pouco representativa, dobrou no período, o que pode demonstrar uma tendência de o jovem se

direcionar, em função da melhoria de formação nos últimos anos, para atividades mais qualificadas.

Os resultados evidenciados na pesquisa do GEM (2008 cit. in. Bulgacov *et al.*, 2011, p. 709), “[...] mostram claramente que nos serviços orientados aos consumidores o empreendimento é predominantemente motivado pela necessidade, enquanto nos empreendimentos que se orientam para as empresas a motivação predominante é a busca de oportunidade para o desenvolvimento do empreendimento”.

Quanto à possibilidade de sobrevivência desses empreendedores jovens, é relevante o nível de renda alcançado. Segundo a pesquisa de Bulgacov *et al.* (2011, p. 710), “Os indicadores de renda do jovem empreendedor mostram um cenário desolador e revelam perspectivas pouco animadoras”. Corroborando com o tema, são apresentados outros números por Bulgacov *et al.* (2011, p. 710), onde estes explicam da seguinte forma:

Quase 50% dos jovens empreendedores brasileiros estão em uma faixa de renda de até três salários mínimos; se agregarmos a faixa de até 6 salários mínimos, este índice chega a quase 80%. Esse cenário fica ainda mais desolador quando se analisa o nível de renda dos jovens empreendedores por necessidade. Entre eles, 73% auferem renda menor que três salários mínimos, o que coloca em questão tanto sua capacidade de sobrevivência com a possibilidade de formação desse empreendedor.

Diante de todo o exposto e com base nos resultados das pesquisas de Bulgacov *et al.* (2011, p. 712) “Não se pode considerar, como visto, o jovem empreendedor como um grupo homogêneo. Pelo menos, identificam-se dois grupos de jovens que desenvolvem atividades empreendedoras”. Quanto a esses grupos, destaca-se de um lado, os jovens que por intermédio da evasão escolar, saem da escola antes de terminar o ensino médio, conseqüentemente ingressando no mercado de trabalho precocemente, e, de outro lado, os jovens que terminam cursos superiores, que com melhores oportunidades, estes buscam iniciar sua atividade para obter maior independência e uma renda mais aprazível, sendo o mais próximo do perfil de empreendedores (Bulgacov *et al.*, 2011).

Através da compilação de informações obtidas, é possível dividir os fatores que influenciam o empreendedor brasileiro como: a) realidade econômica brasileira; e b) oportunidades empreendedoras. Cada um desses grupos inclui uma série de

motivações para que o brasileiro se inicie no empreendedorismo, evidentes na Tabela 2:

Influência	Motivação
Realidade económica brasileira	desemprego
	sobrevivência
	necessidade de renda
	trabalho formal precário
	falta de qualificação/estudos
	falta de experiência
Oportunidades empreendedoras	necessidade de investimento em educação
	novas necessidades da sociedade
	incentivo cultural
	incentivos sociais (incubadoras, cursos preparatórios)
	identificação de oportunidades
	desenvolvimento pessoal

Tabela 2. Fatores que influenciam o empreendedor brasileiro

Fonte: Elaborado pelo autor.

Apesar de existirem diferentes formas de influência ao empreendedorismo no Brasil, nota-se através das pesquisas que a necessidade é o maior fator de motivação para os novos empreendedores frente à realidade económica brasileira. O Brasil, como um país ainda em desenvolvimento, apresenta altas taxas de desemprego ou empregos precários, de maneira que o empreendedorismo surge como uma alternativa de trabalho para pessoas em situação de desemprego, ou pode surgir até como medida de sobrevivência para algumas pessoas. Surge também através das pesquisas o empreendedor que opta por serviços que não necessitam de escolaridade ou experiência, sendo mais fácil empreender na área de prestação de serviços do que se inserir no mercado de trabalho para adquirir experiência ou de investir em estudos. Ainda, para os brasileiros incluídos nos índices de abandono escolar, empreender pode ser a oportunidade de ganhar dinheiro sem formação para que justamente possa se investir em educação, como a graduação e cursos especializantes, por exemplo.

Outro tipo de influência ao empreendedorismo, mas menos comum na realidade brasileira, é justamente o empreendedor por oportunidade. Esse é

influenciado pelas necessidades e incentivos sociais, há em algumas camadas sociais um incentivo forte para a abertura de novos negócios, há novas necessidades sociais também, graças à destruição empreendedora, também existem cada vez mais medidas de incentivo, como as empresas que oferecem formação em empreendedorismo ou mesmo as incubadoras tecnológicas. Ainda nesse segundo grupo de motivações para empreender surge a necessidade de desenvolvimento pessoal, são pessoas que almejam o crescimento e veem no empreendedorismo uma oportunidade de alcançar seu objetivo.

Compreendendo os fatores que influenciam no perfil dos empreendedores em um país, ficou evidente que o Brasil, como um país ainda em desenvolvimento econômico e com precariedades na educação, mercado formal de trabalho e também de incentivo ao empreendedorismo, acaba por gerar os empreendedores por necessidade. Dessa maneira, é possível ver que o empreendedor brasileiro não tem necessariamente a preparação e oportunidades mais adequadas para a longevidade de sua empresa, tornando-se um profissional de autoemprego, que trabalha por conta própria com condições de serviço e direitos mais precários, gerando apenas a sua sobrevivência e não sendo o motor da economia do Brasil como seria o esperado do movimento empreendedor no país.

Portanto fica claro que uma taxa elevada de empreendedorismo no país não significa algo positivo para a posição social e econômica do jovem brasileiro, uma vez que se percebe tal fator associado às condições precárias de trabalho disponíveis no Brasil. Apesar de a atividade empreendedora ter sido compreendida durante toda a sua história através de uma perspectiva mais voltada ao individual e fatores subjetivos, hoje é necessário compreendê-la como resultado de um processo de aprendizagem relacionado diretamente com as condições sociais, econômicas e culturais nas quais o sujeito está inserido. Essas informações só deixam cada vez mais clara a importância do incentivo ao empreendedorismo que faça sentido para os sujeitos. Escolas, famílias, empresas e governo precisam promover oportunidades para que o sujeito venha a desenvolver sua criatividade e características empreendedoras, seja para iniciar um empreendimento ou agir de maneira empreendedora dentro de organizações que o empregam.

3.3 O Empreendedor Brasileiro e Suas Necessidades ao Longo dos Tempos

3.3.1 Características do empreendedor brasileiro.

Entre os artigos pesquisados fica clara uma preocupação em definir características comuns ao empreendedor. Alguns dos autores explicam de forma mais detalhada como se dão os comportamentos, contextualizando no tempo e na geografia cada tipo de empreendedor. Assim como na definição do empreendedorismo, definir um empreendedor não é tarefa fácil e não abre espaço para unanimidades, porém algumas características são um pouco mais comumente citadas ao longo das pesquisas e das tentativas de ilustrar quem é o sujeito que empreende. Antes de falarmos sobre o empreendedor brasileiro, cabe explicar quem é o empreendedor a nível mundial, dessa forma, realizou-se a compilação de algumas expressões citadas ao longo das pesquisas lidas para definir o empreendedor, a seleção de características foi feita através de leitura flutuante e guardados em arquivo com as principais qualidades identificadas nos artigos foram expressas na Tabela 3.

Características comumente relacionadas aos empreendedores segundo os artigos pesquisados

Citada em 18 artigos	Identificação de oportunidades/oportunistas
Citada em 17 artigos	Inovação
Citada em 13 artigos	Relacionamento interpessoal
Citada em 10 artigos	Assunção de riscos
Citadas em 8 artigos	Ação Mudanças
Citada em 7 artigos	Gerenciamento de recursos
Citadas em 6 artigos	Experiências Visão Realização Liderança
Citadas em 5 artigos	Iniciativa Conhecimento Organização Motivação Transformação
Citadas em 4 artigos	Aprendizado constante Busca por lucros Crescimento Imaginação Necessidade de realização Planeamento

	Valores pessoais
Citadas em 3 artigos	Adaptabilidade Autoconfiança Comprometimento Competitividade Controle Metas Desejo de poder Desejo de sucesso Determinação Educação Flexibilidade Independência Objetividade Tomada de decisões
Citadas em 2 artigos	Aceitação de desafios Confiança no outro Persuasão Análise Autoconsciência (inclui autorregulação e automonitorização) Autonomia Autorrealização Novidades Eficiência Desenvolvimento Diferenciação Distribuição Esforço Resolução Habilidades Personalidade Originalidade Persistência Proatividade Responsabilidade Sensibilidade Solidão Tolerância

Citadas em 1 artigo	Abertura a mudanças	Exigência
	Transparência e honestidade	Foco
	Manejo de recursos	Conquista
	Agressividade	Paixão
	Alegria em criar	Heroísmo
	Capacitação	Inconformismo
	Ambição	Influência
	Informações	Interesse
	Atinge objetivos	Intuição
	Autocrítica	Individualismo
	Aventura	Luta
	Busca por resultados	Administração
	Excelência	Melhorias
	Desenvolvimento de recursos	Negociação
	Gestão	Ferramentas
	Resistência a frustrações	Obstinação
	Carisma	Otimismo
	Estratégia	Ousadia
	Noções de idiomas	Perseverança
	Noções de economia	Monitoramento
	Coragem	Prestatividade
	Decisão	Priorização
	Dedicação	Produtividade
	Qualidade	Objetivos pessoais
	Desafio	Racionalidade
	Destaque	Reconhecimento
	Detalhes	Reflexão
	Dinamismo	Reputação
	Eloquência	Resistência
	Disposição	Sacrifícios
	Empatia	Inteligência
	Energia	Sedução
	Engenhosidade	Segurança
	Percepção	Superação
	Envolvimento	Tenacidade
	Equilíbrio	Teorias
	Espírito Empreendedor	Cooperação
	Ética	Valorização
	Evitação de riscos	Confiança
		Desejo por lucro

Tabela 3. Características comumente relacionadas aos empreendedores segundo os artigos pesquisados

Fonte: Elaborada pelo autor

Fica claro que não há consenso sobre as principais características do empreendedor, mas sim que os sujeitos apresentam uma gama de atributos muito singulares que são úteis ao empreender. Cabe destacar que os autores que escrevem sobre o empreendedor se conectam muito mais a características e habilidades

comportamentais, não dando tanta importância à formação, renda, idade ou gênero da pessoa que empreende. Mais dados surgirão adiante na pesquisa.

O item que surge mais vezes nas pesquisas certamente é a facilidade de identificar oportunidades que os não empreendedores não percebem, logo compreende-se que o empreendedor é um sujeito proactivo. É necessário que exista uma oportunidade de negócios para que o empreendedor possa investir. Os sujeitos empreendedores conseguem identificar oportunidades antes das outras pessoas e, a partir delas, iniciar um processo de inovação e transformações (Avrichir & Chueke, 2011; Bendassolli, Borges-Andrade & Gondim, 2016).

No Brasil a oportunidade é quem realmente faz a diferença para os empreendedores, sendo um país que ainda mantém muito a cultura do emprego e salário fixo, a grande quantidade de empreendedores por oportunidade é o que mantém os níveis de empreendedorismo no país tão altos se comparados ao resto do mundo (Fontenele *et al.*, 2011).

A inovação é constantemente relacionada com o próprio conceito de empreendedorismo, logo, muito associada ao empreendedor. Paiva *et al.* (2018, p.156), definem a inovação como algo que:

[...] consiste no processo de transformar uma ideia ou invenção num bem ou serviço (INNOVATION, s.d.). Essa definição, ainda que correta, não contempla toda a dimensão que ela possui em Economia, como será visto adiante. Igualmente importante para a compreensão da rotina empresarial e do desenvolvimento económico, o conceito de “empreendedor” durante muito tempo foi negligenciado pela teoria económica. [...] Nesse sentido, a “inovação”, atividade basilar do empreendedor, é engendrada quando esse empresário inovador percebe que pode produzir um produto ou serviço por meio de novos arranjos produtivos e, portanto, conquistar uma oportunidade de lucro acima da média dos mercados – a diferença dos lucros é chamada de “lucro do empresário schumpeteriano (PEÑALOZA, 2016, cit. in. Paiva *et al.*, 2018, p. 156).

Compreendemos que a inovação pode-se dar por meio de novo produto ou pelo processo de organização de recursos de uma maneira nova (Schreiber *et al.*, 2009), assimilando que quando se inicia algo inovador a pessoa fica sujeita aos riscos de não ser bem aceite, não apresentar retorno financeiro ou lucros, entende-se assim que quem inova também assume riscos (Matos, *et al.*, 2012).

Assumir riscos também é uma característica do empreendedor que aparece muitas vezes nos artigos lidos. Segundo Ribeiro, Oliveira Junior. e Borini (2012, p.873):

Dentre as dimensões vinculadas às ações do empreendedor estão: sua capacidade de identificação de oportunidades no exterior (Andersson, 2000; Mathews & Zander, 2007); a mobilização e o gerenciamento de recursos para a exploração dessas oportunidades (Mathews & Zander, 2007); e a propensão a assumir riscos financeiros e de mercado, internacionalmente (Andersson, 2000).

As relações desenvolvidas pelo empreendedor também são de muita importância, visto o número de vezes que o atributo foi citado. Dentro do tema os autores falam tanto da relação que se mantém com os funcionários e pessoas que trabalham com o empreendedor no seu negócio quanto com fornecedores, parceiros e clientes. A construção de uma rede de relações é necessária para o planejamento de um sistema de aprendizagem e das atividades da empresa. Dificilmente a empresa crescerá sem que haja um gestão efetiva das relações do empreendedor, que possibilite a evolução de sua visão (Lazarrotti *et al.*, 2015; Pereira, Moraes & Salazar, 2017; Schreiber *et al.*, 2009).

Um estudo sobre os fatores de sucesso do pequeno empreendedor, salientou-se que a habilidade de relacionamento pessoal representa um dos atributos que auxilia no alcance de prestígio perante a maioria das pessoas que conhecem sua empresa ou têm relacionamentos com ela (Santos *et al.*, 2008 cit. in. Pedroso *et al.*, 2009). Em outros estudos com empreendedores brasileiros, a habilidade de relacionamento foi referida como um dos principais fatores para o desempenho bem-sucedido deles (Longhini & Sachuk, 2000; Pastro, 2001; Bernardes, 2005; Dias, Nardelli & Vilas Boas, 2008 cit. in. Pedroso *et al.*, 2009).

Na literatura, a inovação e o autoemprego são apontados como características comuns no empreendedorismo (Casson, 2010; Shane, 2003; Shane, 2008 cit. in. Bendassolli *et al.*, 2016). De fato, o trabalho autônomo também pode significar a abertura de um negócio, no entanto, não é essa a única característica para definir o empreendedorismo, especialmente quando se trata de indústrias criativas (Davidsson, 2005; Towse, 2010 cit. in. Bendassolli *et al.*, 2016). Entretanto, nas últimas décadas, passou-se a se considerar também os empreendedores como profissionais que, apesar de não terem aberto seus próprios negócios nem administrado os negócios de

outras pessoas, desenvolvem atividades que sinalizam a presença das mesmas competências, ou seja, são diretamente responsáveis por todo o ciclo ou cadeia de valor à atividade criativa em questão. Assume-se que, no contexto brasileiro, isso toma forma na figura jurídica do microempreendedor individual (MEI) (Caves, 2000; Menger, 2001 cit. in. Bendassolli et al., 2016).

Compreendendo que o empreendedor brasileiro das últimas décadas apresenta características muito singulares, Pedroso *et al.* (2009) realizaram uma pesquisa na qual foram coletadas entrevistas com empreendedores em dois eventos locais brasileiros, através desse método foi possível verificar que tais profissionais detinham as seguintes características: criatividade e inovação, Iniciativa para mudança e habilidade de resolução de problemas, habilidade de persuasão e conciliação, adaptabilidade e flexibilidade, habilidade no relacionamento pessoal, capacidade de improvisação, tendência à inadequação às normas, propensão a corromper ou a ser corrompido, tendência ao uso do recurso de poder e alienação.

O brasileiro conta com uma dose a mais de criatividade e inovação. O empreendedor, principalmente no Brasil, depende de sua criatividade para fazer o seu negócio sobreviver em situações de incerteza e restrições. Pode-se dizer que o empreendedor, usando sua criatividade, tem de dar um jeitinho para poder prosperar no ambiente de negócios brasileiro (Pedroso *et al.*, 2009).

Além disso, as dificuldades encontradas pelos empreendedores brasileiros, como a legislação complexa, a burocracia, a alta carga tributária e a falta de crédito (Global Entrepreneurship Monitor, 2006 cit. in. Pedroso *et al.*, 2009), são grandes problemas tornando-se então evidente a necessidade da habilidade para a resolução de problemas, essencial à sobrevivência do empreendedor brasileiro. Além disso, o empreendedor, para ser competitivo, deve sempre tomar a iniciativa para mudar a forma de fazer as coisas.

O facto de existir alta corrupção burocrática como alternativa para os empreendedores brasileiros endossa a necessidade de reflexão sobre as instituições públicas e o mercado. Pode ser saudável um rearranjo nas burocracias e exigências públicas para que sejam facilitadas as ações dos empreendedores sem a necessidade de corrupção (Melo *et al.*, 2015).

Compreendendo as necessidades do brasileiro frente ao seu contexto social, Pedroso *et al.* (2009) dissertam a respeito do famoso “jeitinho brasileiro” e do porquê de sua existência. Bem diferente da corrupção, esse jeitinho é nada mais do que

[...] uma maneira especial, eficiente, rápida e criativa de agir: para controlar e facilitar situações, conseguir e resolver coisas, contornar dificuldades, conseguir favores, buscar amigo, fugir à burocracia, solucionar problemas, acomodar-se, sair de uma situação e burlar a fiscalização, utilizando-se de simpatia pessoal, influência de terceiros, um bom papo, um agrado financeiro, arranjo técnico, etc. (Vieira et al., 1982, p. 21 cit. in. Pedroso *et al.*, 2009, p.3).

Os autores compreendem que o comportamento apresentado é compreensível, uma vez que o Brasil oferece um sistema altamente burocrático, tendendo teoricamente à racionalidade, impessoalidade e anonimato, sendo contornado por aquilo que é oposto à burocracia: categorias emocionais, simpatia, maneira de falar amistosa, todas constituintes do jeitinho brasileiro. O cenário brasileiro também conta com fatores limitantes à atividade empreendedora no país, como as políticas governamentais e a falta de apoio financeiro, por exemplo. No entanto, empreendedores defendem que são pontos positivos entre os profissionais brasileiros a capacidade empreendedora e as normas culturais e sociais. Isso evidencia o quanto é importante considerar os aspectos culturais quando se fala sobre empreender, de maneira que as particularidades do povo sejam consideradas e utilizadas no meio profissional também (Pedroso *et al.*, 2009).

3.3.2 Perfil sociodemográfico do empreendedor brasileiro.

Recentemente a pesquisa mundial em empreendedorismo vem demonstrando preocupações em descrever quem é o empreendedor, quais suas características, qualidades e também seus dados sociodemográficos. Um exemplo dessa preocupação é a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), uma pesquisa presente no Brasil desde 1999, realizada a nível global, ela busca registrar os níveis e particularidades do empreendedorismo e dos empreendedores em cada país. Artigos científicos estão a destacar quem é o empreendedor de maneira mais qualitativa, com pesquisas realizadas em campo e em bibliografias, mas alguns deles ainda vão além, buscando diferenciar tipos de empreendedores, caracterizar seu perfil sociodemográfico, idade, gênero e escolaridade (Greco et al, 2017).

É importante ressaltar primeiro que compreendendo as características do empreendedor e a função do ato de empreender em sua vida é possível ter uma nova compreensão do fenômeno no país. Autores reforçam que muitas vezes a atividade

empreendedora pode representar sim uma autorrealização e crescimento pessoal ou profissional, mas também pode ser um ato de necessidade que é capaz de causar inclusive a vulnerabilidade ao sujeito que o faz (Bulgacov et al, 2011). O sujeito empreendedor nasce não apenas de um momento, mas de toda a sua história, é comum a inserção em uma área de negócios que fez parte de sua infância, por exemplo mulheres que se aventuram na área gastronómica ou de artesanato e costura, pois foram incentivadas quando crianças a aprenderem e desempenharem atividades do género (Gomes, Santana, Araújo & Martins, 2014).

A faixa etária do empreendedor vem sofrendo claro declínio ao longo dos anos, Bendassolli, Borges-Andrade e Gondim (2016) afirmam que o avanço das atividades na área de tecnologia vem facilitando tal movimento. Casaqui (2016) defende que o perfil do jovem-ponte vem para inspirar toda uma geração de brasileiros, esse jovem vem sendo ao longo de sua vida moldado para liderar e transformar uma vez que transita por diversos grupos, identificando e recolhendo ideias de todas as áreas para então redistribuí-las à sociedade, conectando pessoas que jamais se conectariam sem seu intermédio. Verdugo (2018) também concorda com o perfil jovem do empreendedor atualmente, no entanto explica que a propensão empreendedora é menor na faixa de 18 a 24 anos, aumentando em jovens de 25 a 34 anos e sofrendo forte declínio em pessoas com mais de 44. Diferindo de dados anteriores, que associavam o empreendedorismo a pessoas de idade um pouco mais avançada. Apesar disso, o autor ainda argumenta que as habilidades do empreendedor aumentam com a sua longevidade, porém possivelmente sua autocrítica também, o que dificulta o desenvolvimento de novas ideias e crença de sucesso para novos negócios.

Em relação à formação do empreendedor, as pesquisas apresentam resultados diversos. Uma das pesquisas aponta que há uma correlação entre o empreendedorismo e a educação formal, de maneira que quanto mais alto for o nível de formação do sujeito maior será o seu desempenho empresarial (Verdugo, 2018). Já Bendassolli, Borges-Andrade e Gondim (2016) afirmam que há sim um consenso nas pesquisas de que os empreendedores apresentam nível de formação maior do que os não empreendedores. No entanto, cabe ressaltar que o empreendedorismo não é uma prática de elite, sendo comum à população mais pobre e com apontamentos comuns de que os pais dos empreendedores possuem muitas vezes escolaridade bastante baixa.

Ferreira, Oliva, Santos, Grisi e Lima (2012) dizem que em comparação à média brasileira o empreendedor apresenta escolaridade superior, mantendo pelo menos o ensino médio completo. Em sua pesquisa os autores também identificaram que os empreendedores com nível de escolaridade mais alto buscavam com mais frequência cursos de gestão empresarial, principalmente para compensar a sua falta de experiência.

No Brasil metade dos novos empreendedores abrem negócios em áreas nas quais possuem pouca ou nenhuma experiência, compensando tal falta de prática através de formações. É visível uma substituição do estudo pela prática nos empreendedores brasileiros, quanto maior o nível de experiência na área que o empreendedor possui, menor é a sua escolaridade. O contrário também acontece, pessoas com maior escolaridade geralmente apresentam menor experiência no campo em que atuam (Ferreira, Oliva, Santos, Grisi & Lima, 2012).

Concordando com alguns dos autores citados, Sant'anna e Diniz (2017) diferem dois tipos de empreendedor: o empreendedor veterano e o empreendedor novato. O veterano é o tipo de empreendedor que tem seus negócios próprios consolidados, baseia-se no conhecimento prático do ambiente, na sua própria experiência, geralmente vasta, enfatiza a mobilização do capital social, não possuindo na maioria das vezes um nível alto de escolaridade. Já os novatos se caracterizam justamente pela escolaridade mais alta, baseiam-se nas metodologias e ferramentas de gestão teorizadas, estudam antes de abrir o empreendimento e enfatizam a mobilização do capital cultural. Ambas as formas de empreender coexistem e se complementam, uma apresentando tanto vantagens como desvantagens sobre a outra, mas fica clara uma mudança no padrão empreendedor anterior. Antes as pessoas procuravam adquirir experiência para criar os seus negócios, sendo hoje os empreendedores de mais idade. Agora os novos empreendedores preocupam-se muito mais com a formação e capacitação do que com a experiência em si.

Os empreendedores brasileiros tendem a misturar suas narrativas pessoais com os negócios que empreendem, o que pode estar ligado a diversos tipos de crises no ambiente corporativo. Isso leva a uma queixa trazida pelos próprios empreendedores quanto às suas necessidades: eles precisam separar sua vida pessoal e a vida profissional, mas não sabem como fazê-lo uma vez que sua renda pessoal depende totalmente de sua empresa (Nassif *et al.*, 2016).

Um exemplo do impacto da vida pessoal no ambiente de trabalho do empreendedor é apontado por Seoane e Álvarez (2009 cit. in. Verdugo, 2018) a respeito do estado civil, ter um parceiro pode afetar negativamente a possibilidade de alguém iniciar um negócio. Em contrapartida, Flores, Landerretche e Sánchez (2011 cit. in. Verdugo, 2018) apontam que ter um parceiro e filhos aumenta a possibilidade de começar um novo negócio, e Love (2010 cit. in. Verdugo, 2018) indica que a viuvez diminui muito a possibilidade de investir em um novo empreendimento.

Dentro da correlação entre vida pessoal e profissional, narrativas pessoais surgem como um fator de motivação para o início de um empreendimento. Para algumas mulheres, por exemplo, ter o próprio negócio representa uma flexibilidade maior nos horários para poder conciliar as atividades domésticas e profissionais. No entanto, o trabalho pode afetar negativamente a vida familiar, pelo stress acrescido que possa acrescentar à vida da mulher (Gomes *et al.*, 2014).

Isso leva a um tema muito importante que vem sendo discutido nas pesquisas encontradas: as relações de gênero e empreendedorismo. A mulher só passou a ser considerada nos estudos sobre os empreendedores a partir da década de 1970 (Gomes *et al.*, 2014). Os estudos nacionais sobre empreendedorismo apontaram em 2006 que as taxas de empreendedorismo eram maiores entre os homens do que entre as mulheres (Schreiber *et al.*, 2009), porém desde 2002 o número de mulheres empreendedoras vem se equiparando ao dos homens, de maneira que em 2013 a proporção de mulheres empreendendo é superior à dos homens, apresentando 52,2% contra 47,8%, respectivamente. Além disso, dentre os não empreendedores, a proporção de mulheres que desejam ter seu próprio negócio supera a dos homens, sendo 51,6% e 48,4%, respectivamente (Gomes *et al.*, 2014).

Esse quadro leva à importância de compreender a mulher empreendedora no Brasil. Gomes, Santana, Araújo e Martins (2014) trazem algumas pesquisas mais antigas que definem as mulheres como empreendedoras com maior capacidade de produção, mais focadas no retorno econômico, sensíveis e intuitivas, com habilidades de trabalho em equipe, sendo ainda pessoas que não avaliam seus negócios através do desempenho financeiro, mas da satisfação dos clientes. Porém os autores ainda defendem o seguinte ponto:

No entanto, várias pesquisas já não observaram diferenças significativas de comportamento e competências entre homens e mulheres, apesar de destacar

que o desempenho empresarial, a disponibilidade para correr riscos e as escolhas estratégicas podiam ser associados aos valores, às experiências e aos traços pessoais dos indivíduos (Gomes *et al.*, 2014, p.328).

Os dados sobre a mulher empreendedora são muito importantes para compreendermos melhor o quadro de empreendedores do Brasil atual. Segundo Gomes *et al.* (2014) alguns dos motivos pelos quais elas optaram pelo empreendedorismo seriam a realização pessoal ou insatisfação no emprego que possuíam antes. As mulheres ainda têm a característica de não realizar empréstimos ou conseguir apoio financeiro externo, ao contrário dos homens, representando uma mudança no padrão empreendedor do país, o qual agora conta com um número maior de mulheres empreendedoras, logo, empreendedores que não contam com auxílio financeiro externo. Apesar disso tudo ainda existe um preconceito com relação à mulher empreendedora à medida que se espera dela um comportamento maternal mesmo dentro do seu próprio negócio, o que pode dificultar o seu desenvolvimento como dona de um negócio.

Nassif, Andreassi e Tonelli (2016) complementam, relatando que na realidade brasileira as mulheres são muito mais emotivas ao reagir às situações comumente enfrentadas nos negócios. Apesar disso, são muito mais persistentes, corajosas e determinadas para garantir a sobrevivência de seus negócios. Os autores ainda ressaltam que a pesquisa brasileira sobre mulheres empreendedoras ainda é inicial, focando em aspectos comportamentais das mesmas, enquanto a nível internacional as pesquisas se preocupam com pontos mais específicos de pesquisas, como tendências de mercado, reconhecimento de oportunidades, inovação e assunção de riscos por parte das mulheres. Mesmo assim, pesquisas sobre mulheres empreendedoras fornecem dados sobre o novo empreendedorismo no Brasil, uma vez que a maioria dos empreendedores no país vem sendo representada por mulheres e suas características que diferem dos homens.

Logo abaixo, na tabela 4, é possível ver um esquema simplificado das principais características sociodemográficas do empreendedor brasileiro baseada nas informações recolhidas nos artigos citados até então.

Perfil do Empreendedor Brasileiro	
Item	Peculiaridade
Gênero	Majoria mulheres
Idade	25 a 34 anos
Escolaridade	Ensino Médio ou Superior
Experiência	Pouca ou Nenhuma
Relação entre vida pessoal e profissional	Alta
Interferência das emoções no trabalho	Alta

Tabela 4. Perfil do empreendedor brasileiro

Fonte: Elaborado pelo autor

Entre essas pesquisas fica evidente uma preocupação em quantificar os empreendedores e trazer dados importantes sobre quem são as pessoas que empreendem em nosso território, mas ainda uma tendência cada vez maior em dividir os empreendedores em gêneros, estudando a mulher empreendedora no Brasil e no mundo. Para alguns autores isso é um movimento importante para compreender a mulher nesse mercado, que não era incluída nas pesquisas do tema até meados de 1970, porém também é mais um reforço de estereótipos de gênero, à medida que buscam muitas vezes investigar qualidades específicas da mulher e do homem com base em padrões demarcados e arcaicos de gênero.

Aquém dessas discussões, qualquer dado sobre os empreendedores brasileiros é válido para compreendermos a realidade do país. Assim, através das pesquisas fica claro que o empreendedor brasileiro de hoje é jovem e detém características como a falta de experiência e uma escolaridade mais alta, mas também divide o espaço com o veterano, o empreendedor mais experiente e com escolaridade menor que representa o cenário empreendedor de algumas décadas atrás. Também cabe entender que a mulher vem ocupando maior espaço no cenário empreendedor brasileiro, reagindo com muita determinação, ênfase no cliente e gerindo de maneira mais emotiva. Nenhum desses dados é definitivo sobre o cenário geral e não é possível generalizarmos o perfil empreendedor de um país tão diverso, mas através das pesquisas temos pistas sobre de qual maneira compreender o empreendedor no Brasil e como ele vem se comportando.

3.3.3 Dificuldades e necessidades do empreendedor brasileiro.

Conforme citado anteriormente o Brasil detém uma grande quantidade de oportunidades de negócio, o que finda por gerar um bom número de empreendedores por oportunidade no país. No entanto, segundo Paiva *et al.* (2018), as oportunidades de negócio sozinhas não são suficientes para possibilitar o ato de empreender, elas podem ser economicamente inviáveis. No Brasil algumas das causas de inviabilidade de negócios seriam, por exemplo, o alto valor da taxa de juros do setor bancário ou a concorrência com outros ativos livres de risco que pagam uma alta taxa de retorno, como os títulos públicos federais comercializados pelo Tesouro Nacional.

Pedroso *et al.* (2009) apontam que a maior dificuldade do brasileiro ao empreender são as políticas governamentais, além da excessiva burocracia, as legislações são complexas e as taxas tributárias muito altas para abrir e manter o próprio negócio. Em seguida há uma grande dificuldade de apoio financeiro, acesso ao crédito e empréstimos para quem abre um novo negócio. Outra queixa presente entre os empreendedores é a dificuldade de capacitação adequada, pois apesar de existirem cursos e treinamentos voltados ao empreendedorismo e gerenciamento de negócios nem sempre eles têm a qualidade equiparada às necessidades desse público. Em pesquisa realizada por Verdugo (2018) a nível internacional, os resultados indicam que a maior barreira para novos empreendedores é a falta de financiamento, evidenciando que as dificuldades para o empreendedor brasileiro estão em consonância com o restante do mundo.

Reto e Cavalcanti (2007 cit. in. Lopes, Gaspar, Hartman, Silva & Reis, 2013) trazem um dado importante sobre o empreendedorismo na cultura latina, afirmando que em países latinos as práticas empreendedoras e de inovação tendem a encontrar forte resistência social, em especial quando ocorrem dentro de empresas com um sistema já estabelecido. Verdugo (2018) também aponta que dentre os desafios enfrentados no empreendedorismo a nível mundial se encontra a falta de conhecimentos e habilidades por parte do empreendedor, o que conversa com a necessidade de capacitação do empreendedor brasileiro apontada por Pedroso *et al.* (2009).

Considerar a importância do empreendedor para o desenvolvimento do país certamente culmina na necessidade do olhar que a sociedade tem com relação a esse sujeito. O país deve incentivar o espírito de iniciativa e a formação de

empreendedores, tendo em mente um facto: deles dependem os investimentos e os empregos de imenso contingente de trabalhadores. Parte deste papel de incentivo cabe ao governo, que necessita zelar pelo ambiente institucional adequado ao desenvolvimento da força empreendedora da sua população. As instituições de ensino e entidades de classe também têm papel semelhante, pois devem se dedicar à formação de sujeitos empreendedores e ao aperfeiçoamento das características necessárias a esses profissionais (Greco et al., 2009).

Como maneira de superar os desafios de empreender no Brasil surgiram muitas maneiras de incentivo, seja por iniciativa pública ou privada. Alguns exemplos citados nos artigos lidos seriam políticas públicas governamentais, ONGs, empresas privadas, investimento na educação formal e em incubadoras vinculadas às universidades. Os artigos enfatizam muitas vezes a necessidade de intervenção do Estado a respeito das necessidades de incentivo ao empreendedor brasileiro. De facto, existem políticas públicas atualmente que já fazem este papel. Para Paiva *et al.* (2018) a importância da construção de políticas públicas voltadas para a cultura da inovação é que elas tornam possível enfrentar a recessão económica atual de maneira permanente, uma vez que facilitam a construção de bases sólidas para cultivar o espírito empreendedor nos indivíduos, proporcionando condições para a inventividade e a inovação. Melo *et al.* (2015) defendem que é necessário que o governo compreenda o cenário económico e as necessidades do empreendedor para que possa formular políticas públicas de incentivo aos microempreendedores. Os autores ainda citam como exemplo das necessidades para o empreendedor brasileiro: fomentar o acesso a crédito para a constituição de novos negócios; capacitar novos empreendedores, reduzindo a taxa de mortalidade de empresas; e, por fim, gerar uma agenda de discussões sobre a regulamentação da atividade empreendedora no país, assim, diminuindo gargalos burocráticos pouco relevantes.

Há também uma forte defesa de que as políticas públicas precisam de se voltar para os jovens com intenção de modificar a cultura da sociedade para pessoas que já crescem com ações e pensamentos empreendedores. Bulgacov *et al.* (2011) trazem uma série de políticas públicas surgidas a partir dos anos 90 e que se voltam aos jovens,

[...] envolvendo parcerias com instituições da sociedade civil e instâncias do Poder Executivo, federal, estadual e municipal. Identificando serem ações

voltadas para a perspectiva de reconhecimento de problemas que afetam a juventude em torno do conceito de risco social, respondendo pela criação de programas esportivos, culturais e de trabalho orientados para controle do tempo livre (Bulgacov et al, 2011, p.715).

Nota-se atualmente um investimento no jovem para que ele esteja bem preparado para a entrada no mercado de trabalho. Alguns dos exemplos de investimento no jovem seriam os programas de jovem aprendiz e de educação empreendedora. Graças às necessidades da sociedade atual, os programas de aprendizagem percebem a importância de abordar o empreendedorismo na formação desses jovens, seja para que no futuro ele possa criar o seu próprio empreendimento ou mesmo se tornar um empregado comprometido com o sucesso da empresa na qual trabalha. As instituições buscam despertar o espírito empreendedor do jovem em idade escolar, de forma a estimular o seu desenvolvimento pessoal e ainda facilitar o seu ingresso no mercado de trabalho formal. A longo prazo o desenvolvimento de características empreendedoras no jovem promete profissionais mais bem preparados e lapidados no mercado de trabalho complicado, árido e carente de pessoas qualificadas como o do Brasil (Barros & Kafrouni, 2014).

A aquisição de tais características também é uma preocupação dos próprios jovens, que observam vantagem quando outros também acreditam em suas capacidades. Um programa que representa fielmente a confiança e investimento nas ideias do jovem é o Incubatec, criado em 2005, que acompanha jovens aprendizes que têm alguma ideia profissional interessante durante o programa de aprendizagem e incubam esta ideia para que o aprendiz possa colocar em prática as habilidades desenvolvidas no programa e ser o empreendedor da sua própria criação (Schneider, Schleiniger & Kohls, 2014).

Partindo da lógica de que quanto mais cedo houver investimento no sujeito para que ele seja empreendedor melhor, fala-se bastante também de investimentos em educação de todos os níveis para preparar pessoas empreendedoras. Dolabela (2004) compreende que a necessidade de empreendedorismo no Brasil se difere da realidade de outros países. Enquanto muitos focam em empreender para aquisição de renda e poder, o empreendedor brasileiro não apenas contribui com o país gerando renda, mas aumenta o PIB do país. Além disso, a atividade econômica do país não pode excluir parte da população, portanto se faz necessário um ensino empreendedor em diversos níveis de ensino formal e nos variados níveis socioeconômicos do Brasil.

De acordo com este cenário, justifica-se o porquê da Pedagogia Empreendedora, elaborada por Dolabela entre 1999 e 2002. O título representa uma metodologia focada no ensino do empreendedorismo para a educação básica e ensino fundamental. Tal metodologia é voltada não apenas para a geração de riquezas, mas ao desenvolvimento social de crianças e adolescentes, de maneira que a modificação na economia se apresenta como resultado de soluções ideológicas, sociais e culturais (Dolabela, 2004; Dolabela & Fillion, 2014). Dolabela (2004) defende que, quando se desenvolve uma nova forma de relacionamento pautada na democracia e contrária à hierarquização e autocracia, é possível gerar uma sociedade com maior autonomia, preocupação com a comunidade e capacidade empreendedora.

O grande resultado da pedagogia empreendedora inserida em escolas públicas nas mais diversas regiões do país é que as pessoas atingidas pela metodologia compreendem e observam que é possível empreender. Independente da pobreza do local, sabe-se que há riqueza e conhecimento na sua cultura e tradições que são esquecidas ou desvalorizadas. Essas pessoas produzem processos de geração de autossuficiência, um grande avanço para a população pobre ou miserável (Dolabela, 2004). A população atingida gera algo maior do que renda, ela gera “capital social, que é a capacidade de uma comunidade se associar e cooperar para se desenvolver” (Dolabela, 2004, p.129).

Apesar de tais avanços e das diversas políticas também voltadas ao ensino de empreendedorismo aos mais jovens e nas comunidades (Bulgacov *et al.*, 2011; De Tommasi & Velazco, 2017), há ainda muito mais investimento no ensino de empreendedorismo nas universidades a nível de graduação e pós graduação. Cabe ressaltar que, segundo Dolabela (2004) o ensino do empreendedorismo formal no ensino superior do Brasil ultrapassa alguns dos limites impostos fora do país uma vez que não é ensinado apenas em cursos de administração, mas é dominado e repassado por professores de física, filosofia, jornalismo e ciências da computação, por exemplo. Tal movimento representa uma inovação na formação de empreendedores no Brasil em comparação aos demais países, logo, uma necessidade que vem sendo suprida desde a década de 1990.

Muitos dos artigos que surgiram como resultado da pesquisa relatam estudos de caso sobre práticas empreendedoras para que sejam utilizados em disciplinas de administração e áreas correlatas (Pereira & Araújo, 2017; Rosas & Sauaia, 2009;

Sant'Anna & Diniz, 2017). Dentre os motivos pelos quais a educação empreendedora se faz importante aos universitários, Lima, Lopes, Nassif e Silva (2015, p.433) defendem que

Estes já estão sensibilizados quanto ao empreendedorismo e têm uma necessidade dirigida de preparação para colocarem em prática sua aspiração quanto a empreender. Além disso, tendem a ser os universitários que mais prontamente darão efeito socioeconômico ao que aprenderem em empreendedorismo, dado que já querem ser seus próprios patrões.

Segundo Bulgacov et al (2011) o baixo nível de escolaridade dos jovens empreendedores tem forte reflexo negativo nas possibilidades de sucesso do empreendimento. Isso demonstra mais um dos motivos pelos quais o Brasil necessita investir na educação das pessoas em todos os níveis. Atualmente há investimento no ensino de empreendedorismo no Brasil, porém ele vem passando por diferentes etapas

[...] algumas instituições oferecem atividades isoladas, geralmente informais, enquanto outras oferecem palestras, seminários ou aulas específicas, onde há uma formalização do incentivo ao empreendedorismo. Existem, ainda, instituições que promovem ações mais profundas como uma inserção de classe específica diversificada de formação de empreendedorismo, ou a criação de centros de empreendedorismo com alguns níveis de integração com uma comunidade empresarial, com empresas incubadoras e projetos e empresas juniores (Carrer *et al.*, 2010, p.23).

Há o espaço tradicional das salas de aula, no qual os alunos são expostos a conhecimento preexistentes de maneira metódica, também havendo os laboratórios nas universidades que permitem que o aluno experimente atividades de produção e novos conhecimentos. Num nível ainda mais avançado entram as incubadoras, que apoiam e orientam os empreendedores em suas empreitadas. Os três espaços juntos formam o triângulo do conhecimento, articulando educação, pesquisa e inovação (Carrer *et al.*, 2010).

As chamadas incubadoras, apesar de serem recentes, têm aumentado no país, ainda que sua capacidade de apoio a empresas de base tecnológica seja muito aquém das necessidades do país, considerando tanto as dimensões geográficas quanto as fragilidades sociais e econômicas brasileiras. Uma alternativa viável de apoio a tais microempreendedores seria a parceria entre empresas e universidades,

tais como Sebrae, Senai, Federações das Indústrias, cooperativas de produção e arranjos produtivos locais, que podem auxiliar nas questões económicas, tecnológicas e até sociais que podem surgir na criação de um novo empreendimento (Greco et al., 2009).

Atualmente, as micro e pequenas empresas são consideradas pilares da economia brasileira, representando 20% da participação do PIB no país. Apesar disso, são as verdadeiras impulsionadoras de inovação tecnológica, necessitando de suporte e atenção para a criação e manutenção de seus micro e pequenos empreendimentos. Uma alternativa comum para o apoio na criação de empresas inovadoras e alavancamento de empreendedores são as chamadas Incubadoras Tecnológicas (ou Incubadoras de Base Tecnológica - IEBTs), representando um verdadeiro suporte para o empreendedor (Martins, Fiates, Dutra, Da Silva Leite & Giarola, 2014).

Cabe ressaltar que as incubadoras são instituições sem fins lucrativos, sendo então mantidas por entidades governamentais, universidades ou grupos comunitários (Chalela, 2014). As incubadoras geralmente fornecem não apenas o espaço físico para a criação de novos empreendimentos, como também investem em formação técnica e em gestão. Elas objetivam o conhecimento, eficiência e rapidez no processo de implementação e inovação dos novos empreendimentos, uma vez que tais características são decisivas para a competitividade de mercado. Assim, abrigam as ideias do empreendedor e oferecem subsídios e respaldos para que possam ser colocadas em prática (Martins et al., 2014).

Dessa forma, as incubadoras contribuem não apenas com a geração de empregos e impostos para a região, como também promovem uma cultura mais empreendedora na região em que se instalam, sendo o ensino empreendedor um dos maiores facilitadores do sucesso para a manutenção da incubadora e as empresas incubadas (Chalela, 2014).

Necessidade do Empreendedor Brasileiro	Medida tomada para solução
Capacitação de qualidade	Educação Formal
	Políticas Governamentais
	Incubadoras tecnológicas
	ONGs
	Empresas Privadas
	Educação Empreendedora
Resistência Cultural	Formação contínua
	Políticas Governamentais
	Educação formal
Mortalidade das Empresas	Educação empreendedora
	Incubadoras tecnológicas
Apoio Externo Financeiro	Formação contínua
Taxas tributárias	Não identificada medida alguma
Burocracia	Não identificada medida alguma

Tabela 5. Necessidades do empreendedor brasileiro

Fonte: Elaborado pelo autor.

Através da Tabela 5 fica mais fácil identificar as principais necessidades do empreendedor brasileiro. Algumas delas já vêm sendo parcialmente supridas, necessitando ainda de mais investimentos, outras sequer foi identificado através dos artigos lidos uma tentativa de suprir. As dificuldades financeiras e burocráticas, citadas diversas vezes parecem não ter qualquer atenção por parte das instituições públicas ou privadas. Mesmo que exista a criação de políticas governamentais, nota-se que elas são voltadas para a educação e formação do empreendedor, ignorando as necessidades burocráticas do empreendedor brasileiro.

De qualquer forma, é evidente que a necessidade do país para seus empreendedores é que o suporte venha dos mais diversos meios. Observando as medidas mais frequentes de incentivo é possível observar que o empreendedor brasileiro vem recebendo informações e educação de todos os lados. Já acontece desde o nível escolar básico em alguns lugares, passando fortemente pela educação

superior e permanecendo até quando o empreendimento já foi iniciado. Cabe ressaltar que o ensino do empreendedorismo no nível superior no Brasil vem superando facilmente outros países, oferecendo muito além de uma matéria específica, mas utilizando os métodos do empreendedorismo ao longo de diversos momentos na graduação, inclusive na prática supervisionada.

O Brasil reconhece a importância de abordar a educação empreendedora, mas um conflito que ainda permanece é a qualidade do ensino que vem sendo oferecido no tema. Tudo isso é somado a um desejo de que o país como um todo seja empreendedor, o que vem incentivando a educação empreendedora dos jovens e crianças no contexto escolar. No entanto, a julgar pelas necessidades do empreendedor ativo, o país ainda precisa caminhar muito para que se atinja o nível ideal de incentivo ao empreendedorismo.

Há claramente muita iniciativa por parte de organizações privadas e universidades, além de incentivos apoiados pelo governo. Contudo o Estado precisa de rever as burocracias exigidas no início dos empreendimentos a fim de facilitar estes processos ou mesmo de evitar negócios clandestinos para contornar as regras e exigências governamentais.

4. Considerações Finais

O empreendedorismo é um fenómeno antigo no mundo, mas que vem sendo difundido e estudado recentemente na história da humanidade. No Brasil, os estudos sobre o empreendedorismo são ainda mais recentes, iniciando apenas nas últimas décadas do século XX, porém o país apresenta peculiaridades na forma como aborda o tema, preocupando-se dentro do possível com a formação e propagação do assunto entre os jovens estudantes e empreendedores do país. Tal panorama incentivou o objetivo principal da pesquisa: caracterizar a evolução do empreendedorismo no Brasil. Para cumprir tal objetivo, foram selecionados como objetivos específicos: Caracterizar o conceito de empreendedorismo a nível nacional e internacional; Descrever os fatores que mais influenciam o empreendedorismo no Brasil; Caracterizar o perfil do empreendedor brasileiro e suas necessidades.

Dessa forma, foi realizada a pesquisa das palavras-chave “empreendedor brasileiro”, “empreendedorismo brasileiro”, “*brazilian entrepreneur*” e “*brazilian entrepreneurship*” nas bases de dados *online* SciElo e B-On, de maneira que os resultados obtidos foram filtrados por data, abrangendo o período de 2009 a 2019. Depois da aplicação do filtro os artigos foram submetidos a uma leitura flutuante, na qual foi possível eleger apenas aqueles cujo tema abordava questões relacionadas com os objetivos específicos da pesquisa. Dessa leitura restaram 89 artigos que foram arquivados para posterior análise e revisão sistemática. Os resultados da pesquisa apontaram os principais pontos encontrados nos artigos, de maneira que muitos conteúdos surgiram repetidamente, não necessitando que todos os artigos lidos fossem citados na pesquisa.

O primeiro objetivo específico da pesquisa consistiu em definir o conceito de empreendedorismo a nível nacional e internacional. Os artigos encontrados trouxeram diferentes definições para o empreendedorismo, destacando termos como identificação de oportunidades, inovação, mudanças, assunção de riscos, abertura de negócios e crescimento económico, no entanto não há unanimidade quanto ao conceito do empreendedorismo. A busca por identificar um conceito de empreendedorismo específico no Brasil também foi em vão, uma vez que os autores de publicações brasileiras buscam a literatura clássica e internacional para realizar as definições, entrando em consonância com os resultados obtidos na busca a nível mundial. De qualquer maneira fica evidente que o empreendedorismo é um fenómeno

muito complexo para ser simplificado ou reduzido. Apesar de antigo na humanidade, ele vem sendo explorado e estudado nas últimas décadas, mas ainda requer aprofundamento teórico.

Quanto ao segundo objetivo: os fatores que influenciam o empreendedorismo no Brasil, os artigos tratam do conteúdo de maneira mais abstrata, de maneira que se dedicam a explicar o que leva um sujeito a empreender de acordo com o contexto social no qual se insere. O cenário atual do empreendedorismo no Brasil evidencia o alto número de empreendedores no país, em especial quando comparado a outros países. Entretanto, a motivação para que se empreenda no Brasil vem acontecendo muito mais por necessidade do que por oportunidade.

A realidade econômica brasileira acaba por formar sujeitos que veem no empreendedorismo uma alternativa ao mercado de trabalho precário e insalubre do país, a possibilidade de uma fonte de renda ou mesmo a oportunidade de sobreviver, sendo uma possibilidade inclusive para pessoas que não possuem experiência na área que querem atuar ou que por conta do abandono escolar não estão qualificadas para certas posições no mercado formal de trabalho. Ainda existem aqueles que encontram uma oportunidade empreendedora e só então entram no mundo do empreendedorismo, seja por incentivo social ou pelo desejo de realização pessoal, no entanto, com base na literatura estudada nesta pesquisa, infere-se que essas pessoas são uma minoria no Brasil.

Apesar dos altos números de empreendedorismo no Brasil, o empreendedor brasileiro age para que possa sobreviver e se manter ativo, não cumprindo o papel de motor da economia do país, uma vez que sua falta de preparação para o mercado acaba por gerar negócios com condições mais precárias do que o ideal, incidindo em altos níveis de mortalidade das empresas. Compreendendo o cenário do empreendedorismo no Brasil, percebe-se que o alto número de empreendedores não significa necessariamente algo positivo para a economia brasileira, porém as condições sociais e econômicas do país são justamente o que propiciam a realidade empreendedora atual.

Isso nos leva a compreender a importância dos incentivos da sociedade (escola, famílias, empresas e governo) para que seja possível o empreendedorismo em um país. As necessidades e o perfil do empreendedor brasileiro também são objetivos específicos da pesquisa, através dos artigos pesquisados ficam evidentes as mudanças no perfil do empreendedor brasileiro. Atualmente houve uma diminuição

na idade comum do empreendedor no Brasil, sendo representada pela faixa dos 25 aos 34 anos de idade. As mulheres vêm aos poucos tendo espaço no cenário econômico do país, de maneira que hoje representam mais de 50% da força empreendedora brasileira. Além disso, nota-se que a escolaridade dos empreendedores vem aumentando e a experiência diminuindo, de maneira que o estudo formal e cursos de capacitação surgem como maneira de compensar a falta de experiência dos jovens que se inserem no mundo dos negócios.

Além dos dados sociodemográficos cabe entender as principais qualidades do empreendedor brasileiro. Muitas de suas características interagem com aquelas encontradas nos empreendedores de todo o mundo, no entanto, graças às burocracias para que se ingresse nos negócios no Brasil, o empreendedor local precisa se adaptar de maneira mais emotiva, investindo muito no contato com clientes e fornecedores, com simpatia e atitude. Normalmente a pessoa que empreende no Brasil também tem dificuldade de separar sua vida pessoal da vida profissional, já que uma depende da outra diretamente. É importante ressaltar que todos esses dados são apenas pistas sobre os diversos tipos de empreendedores no país, sendo muito difícil generalizar todo o perfil brasileiro com algumas características, uma vez que o tipo de negócio, a motivação do empreendedor e até o local físico diferem entre si quanto às características do empresário.

Frente à realidade do Brasil surgem algumas das necessidades do empreendedor no país, o terceiro objetivo específico desta pesquisa. Entre elas a própria burocracia, as taxas tributárias e a dificuldade de apoio financeiro externo, para as quais não foram citadas quaisquer formas de solução pública ou privada, revelando assim a necessidade de atenção da sociedade. Outras necessidades já vêm aos poucos sendo supridas, como por exemplo, a necessidade de formação e capacitação de qualidade, resistência cultural ou a mortalidade das empresas. A própria educação formal já vem investindo na educação empreendedora, políticas públicas, ONGs e instituições privadas também fornecem formação contínua, incubadoras tecnológicas e serviços de consultoria ou jovens aprendizes, ajudando a suprir algumas das necessidades do empreendedor brasileiro.

Entendendo a realidade do empreendedor brasileiro, percebe-se as necessidades desses sujeitos de que exista suporte advindo dos mais diversos meios, iniciando em casa e seguindo na educação formal, mas tendo forte influência das medidas de empresas privadas e do setor público e todo o seu suporte. O Brasil atual

já possui um alto incentivo, inclusive desde a educação básica em alguns lugares, no ensino superior e com as diversas instituições públicas e privadas, mas deve haver uma preocupação com a qualidade dessa educação e o país também precisa estar preparado para que essas pessoas possam empreender confortavelmente, com maior facilidade de auxílio financeiro, taxas e burocracias.

A realização desta pesquisa certamente forneceu dados para a compreensão de como se constitui o empreendedor brasileiro ao longo dos tempos e as suas principais necessidades, no entanto algumas limitações foram encontradas durante sua execução. Uma delas certamente diz respeito à abrangência dos objetivos do trabalho. É muito importante caracterizar por completo o perfil do empreendedor no Brasil, a noção de empreendedorismo no país, os fatores de influência e necessidades do empreendedor brasileiro, porém o facto de a pesquisa se importar em responder a tantas perguntas culminou em uma grande quantidade de artigos e estudos que abordam muito brevemente cada um dos conteúdos, necessitando de uma leitura pormenorizada das publicações que forneceu informações básicas sobre cada um dos conteúdos de interesse. Uma pesquisa menos abrangente poderia repercutir em um número menor de resultados de pesquisa, mas em contrapartida possibilitaria uma maior exploração de um dos temas de interesse, com menor quantidade de artigos para leitura, porém mais proveitosa quanto ao conteúdo desenvolvido.

Outro ponto que acabou por limitar a pesquisa foi o filtro de publicações mais recentes, de 2009 a 2019. A medida tomada na realização do filtro permitiu uma análise atual do perfil empreendedor brasileiro através de publicações mais recentes, no entanto uma pesquisa mais aprofundada poderia ter sido realizada analisando o conteúdo produzido ao longo das últimas décadas. Pesquisas longitudinais sobre a evolução do conceito e características do empreendedor brasileiro poderiam apresentar mais fidedignidade, buscando as publicações originais de cada época, desde quando começaram os estudos em empreendedorismo no país, criando uma linha do tempo mais fiel, porém mais trabalhosa para responder aos objetivos estabelecidos. Assim, a pesquisa feita realmente respondeu aos objetivos, mas talvez tenha sido um pouco superficial por conta das datas das publicações utilizadas.

Com base nas dificuldades encontradas nesta pesquisa, nota-se que é interessante para pesquisas futuras realizar estudos que se direcionem a metas mais objetivas e menos abrangentes, facilitando a pesquisa, execução e profundidade do trabalho. Sugere-se então uma pesquisa cujo objetivo geral seja apenas descrever as

características do empreendedor brasileiro, podendo explorar cada uma delas mais minuciosamente e fornecendo dados mais concretos sobre esse profissional. Também caberia um estudo que focasse apenas naquilo que influencia a construção do empreendedor brasileiro, conhecendo melhor o empreendedor por necessidade e o empreendedor por oportunidade e encontrando dentro do país de que forma se dá cada um desses dois perfis. Ainda seria interessante uma pesquisa complementar que observasse justamente a evolução do empreendedor brasileiro longitudinalmente, utilizando, conforme citado acima, publicações desde os primeiros estudos de empreendedorismo e sobre o empreendedor no Brasil. Cada uma das sugestões citadas aconteceria no sentido de aprofundar e explorar mais alguns temas que foram apenas pincelados nesta pesquisa por conta do espaço limitado.

Destaca-se a importância desta pesquisa, uma vez que ela explora mais do empreendedor brasileiro e disserta sobre isso, pois apenas números não refletem a realidade do país. Deve-se considerar que um empreendedor só é possível dentro de todo um contexto, dessa forma, compreendendo de onde ele veio e quais suas características e necessidades é possível inferir sobre esse profissional e intervir na sociedade. Um alto número de empreendedores, no caso do Brasil, só revela uma sociedade cujas formas de trabalho e renda formais são precárias, um povo que necessita alçar novos voos sozinho, pois os meios sociais não fornecem muitas possibilidades de sobrevivência. Entender o empreendedor brasileiro proporciona dados para que se desenvolva uma sociedade mais consciente sobre as necessidades não só dos empreendedores, mas das pessoas que só encontram saída através do empreendedorismo, para que todos tenham alternativas viáveis e, se optarem pelo caminho empreendedor, que tenha subsídios para isso.

Bibliografia

- Aidar, M. M. (2010). Tendências do empreendedorismo no Brasil. *GV-executivo*, 9(2), 56-59. DOI: <http://dx.doi.org/10.12660/gvexec.v9n2.2010.23438>
- Alves, L. R. R., & Bornia, A. C. (2011). Desenvolvimento de uma escala para medir o potencial empreendedor utilizando a Teoria da Resposta ao Item (TRI). *Gestão & Produção*, 18(4), 775-790. <https://dx.doi.org/10.1590/S0104-530X2011000400007>
- Avrichir, I., & Chueke, G. V. (2011). Empreendedorismo institucional: uma análise de caso no setor de energia elétrica brasileiro. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 12(6), 140-164. <https://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712011000600007>
- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2015). Empreendedorismo: conceitos e definições. *Revista de empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1), 25-38. <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>
- Bakker, B., & Salgado, J. (2016). "Quando a crise faz o empreendedor": desemprego e empreendedorismo no jornal O Estado de S. Paulo. In: *Congresso Internacional de Comunicação e Consumo*, São Paulo.
- Bardin, L. (1977) *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bendassolli, P. F., Borges-Andrade, J. E., & Gondim, S. M. G. (2016). Self-control, self-management and entrepreneurship in brazilian creative industries. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, 26(63), 25-33. <https://dx.doi.org/10.1590/1982-43272663201604>
- Bernardes, R. C., Varela, C. A., Consoni, F. L., & Sacramento, E. S. (2013). Ensaio sobre as virtudes do capital de risco corporativo para projetos de alta tecnologia no setor agrícola: a trajetória inovadora da Alellyx Applied Genomics e da CanaVialis. *Revista de Administração*, 48(2), 327-340.
- Bernardo, W., Nobre, M., & Jatene, F. (2004). A prática clínica baseada em evidências: Buscando as evidências em fontes de informação. *Rev Assoc Med Bras*, 50(1), 104-108.
- Borges Junior, C., Andreassi, T., & Nassif, V. (2017). (A Falta de) indicadores de empreendedorismo no Brasil. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(3), 1-9. <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v6i3.771>
- Borges Ladeira, F. M., & Vier Machado, H. (2013). Social entrepreneurship: a reflection for adopting public policies that support the third sector in Brazil. *Journal of technology management & innovation*, 8(17). <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242013000300017>
- Brasil, S. A., Brasil, C. F., & Nogueira, C. R. (2013). Empreendedorismo jovem: fatores que contribuem para a atividade empreendedora. *Caderno de Administração*, 21(2), 56-64.

- Braum, L. M. S., & Nassif, V. M. J. (2018). Estrutura intelectual da produção científica sobre propensão ao empreendedorismo: uma análise à luz das citações. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 19(3), 422-468.
- Bronzo, C., Teodósio, A. S. S., & Rocha, M. C. G. (2012). Tri-sector partnerships in social entrepreneurship: discourse and practice of the actors from the circles of action and reflection. *Revista de Administração (São Paulo)*, 47(3), 446-460. <https://dx.doi.org/10.1590/S0080-21072012000300009>
- Bulgacov, Y. L. M., Cunha, S. K., Camargo, D., Meza, M. L., & Bulgacov, S. (2011). Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão?. *Revista de Administração Pública*, 45(3), 695-720. <https://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122011000300007>
- Carrer, C. C., Plonski, G. A., Carrer, C. G. O., & Oliveira, C. E. L. (2010). Innovation and entrepreneurship in scientific research. *Revista Brasileira de Zootecnia*, 39(Suppl. spe), 17-25. <https://dx.doi.org/10.1590/S1516-35982010001300003>
- Carvalho, E. G., & Sugano, J. Y. (2016). Entrepreneurial orientation and open innovation in brazilian startups: a multicase study. *Interações (Campo Grande)*, 17(3), 448-462. [https://dx.doi.org/10.20435/1984-042X-2016-v.17-n.3\(08\)](https://dx.doi.org/10.20435/1984-042X-2016-v.17-n.3(08))
- Carvalho, J. B., Freitag, M. S. B., Camargo Filho, A., & Borges, C. (2013). El aprendizaje empresarial en los emprendimientos sustentables del sector turístico del cerrado brasileño. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(3), 568-582.
- Casaqui, V. (2016). A transformação social nos discursos da cena empreendedora social brasileira: processos comunicacionais e regimes de convocação na mídia digital. *Universitas Humanística*, (81), 205-226. <https://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.uh81.tsnd>
- Chalela, L. R. (2014). *O empreendedorismo e a inovação em ambientes de incubação* (Dissertação de Mestrado). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil.
- Chiavenato, I. (2004). *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo: Saraiva.
- Coda, R., Krakauer, P. V. C., & Berne, D. F. (2018). Are small business owners entrepreneurs? Exploring small business manager behavioral profiles in the São Paulo Metropolitan region. *RAUSP Management Journal*, 53(2), 152-163. <https://dx.doi.org/10.1016/j.rausp.2017.05.011>
- Conti, C. R., Goldszmidt, R., & Vasconcelos, F. C. (2015). Strategies for superior performance in recessions: pro or counter-cyclical?. *Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 273-289. <https://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020150304>
- Cordeiro, A. M., Oliveira, G. M., Rentería, J. M., Guimarães, C. A., & Grupo de Estudos de Revisão Sistemática do Rio de Janeiro. (2007). Revisão sistemática: uma revisão narrativa. *Rev. Col. Bras. Cir.*, 34(6), 428-431.

- Cruz, M. T. S., & Moraes, I. M. M. (2013). Empreendedorismo e resiliência: mapeamento das competências técnicas e comportamentais exigidas na atualidade. *Pensamento & Realidade*, 28(2).
- Da Costa, A. M., Barros, D. F., & Martins, P. E. M. (2012). A alavanca que move o mundo: o discurso da mídia de negócios sobre o capitalismo empreendedor. *Cadernos EBAPE*, 10(2), 357-375.
- Da Silva, J. F., & Patrus, R. (2017). O “bê-á-bá” do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(2), 372-401.
- Da Silva, M. A. O. M., Gomes, L. F. A., & Correia, M. F. (2009). Cultura e orientação empreendedora: uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(1), 57-71.
- De Almeida, F. M., Valadares, J. L., & Sedyama, G. A. S. (2017). A contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico dos estados Brasileiros. *REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(3), 466-494.
- De Barros, F. A., & Kafrouni, M. A. S. (2014). O ensino do empreendedorismo como complementação para o desenvolvimento do perfil profissional do jovem em seu primeiro emprego. *Revista Organização Sistêmica*, 5(3), 128-147.
- De Borba, M. L., Hoeltgebaum, M., & Silveira, A. (2011). A produção científica em empreendedorismo: análise do Academy of Management Meeting: 1954-2005. *Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review)*, 12(2).
- De Sá Guimarães, F., & Herminia de Almeida, M. (2018). Brazil's entrepreneurial power in world politics: The role of great powers and regional politics for successful entrepreneurship. *International Journal*, 73(4), 518-534.
- De Souza Sant'Anna, A., & Nelson, R. E. (2017). Entrepreneurs and the social and economic dynamics of a small brazilian community. *Procedia engineering*, 198, 1-16.
- De Souza, T. R., & Teixeira, R. M. (2016). Análise das publicações científicas sobre capital social empreendedor no período de 2004 a 2013: Um campo em emergência. *Revista Pretexto*, 17(3), 103-116.

- De Tommasi, L., & Velazco, D. J. (2017). Transformations in community associations and political processes in a Rio de Janeiro "favela". *Vibrant: Virtual Brazilian Anthropology*, 14(3). <https://dx.doi.org/10.1590/1809-43412017v14n3p216>
- Dias, E. D., & Rorato, R. (2014). O evolucionismo econômico na pós-graduação brasileira: uma análise a partir da ótica da educação. *Revista da Avaliação da Educação Superior* (Campinas), 19(1), 193-226. <https://dx.doi.org/10.1590/S1414-40772014000100010>
- Diniz, M. T. M., Vasconcelos, F. P., & Martins, M. B. (2015). Inovação tecnológica na produção brasileira de sal marinho e as alterações sócioterritoriais dela decorrentes: uma análise sob a ótica da Teoria do Empreendedorismo de Schumpeter. *Sociedade & Natureza*, 27(3), 421-437. <https://dx.doi.org/10.1590/1982-451320150305>
- Dolabela, F. (2004). Pedagogia Empreendedora. *Revista de Negócios*, Blumenau, 9(2), 127-130.
- Dolabela, F. (2010). A corda e o sonho. *Revista HSM Management*, 80(1), 128-132.
- Dolabela, F., & Fillion, L. J. (2014). Fazendo revolução no brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 2(3), pp.134-181. doi:<https://doi.org/10.14211/regepe.v2i3.137>
- Dornellas, J. (2008). *Empreendedorismo*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Eberle, L., & Verruck, F., & Muraro, R. (2018). Avaliação do perfil empreendedor em meio acadêmico. *Gestão E Desenvolvimento*, 15(2), 136-156. <https://doi.org/10.25112/>
- Emmendoerfer, M., & Valadares, J. L. (2014). Analysis of the public entrepreneurship phenomenon in a brazilian state. *Tourism & Management Studies*, 10(Especial), 43-48.
- Ferenhof, H. A., & Fernandes, R. F. (2015). *Passo-a-passo para construção da Revisão Sistemática e Bibliometria*.
- Ferreira, L. F. F., Oliva, F. L., Santos, S. A., Grisi, C. L. H., & Lima, A. C. (2012). Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. *Gestão & Produção*, 19(4), 811-823. <https://dx.doi.org/10.1590/S0104-530X2012000400011>
- Filardi, F., Barros, F. D., & Fischmann, A. A. (2014). Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: Evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. *Revista Ibero Americana de Estratégia*, 13(3).
- Fontenele, R. E. S., Moura, H. J., & Leocadio, A. L. (2011). Capital humano, empreendedorismo e desenvolvimento: evidências empíricas nos municípios do Ceará. *Revista de Administração Mackenzie*, 12(5), 182-208. <https://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712011000500008>

- Galvão, T. F., & Pereira, M. G. (2014). Revisões sistemáticas de literatura: passos para sua elaboração. *Epidemiol. Serv. Saúde*, 23(1).
- Garcia, R., Diegues, A. C., Roselino, J. E., & Costa, A. R. (2015). Desenvolvimento local e desconcentração industrial: uma análise da dinâmica do sistema local de empresas de eletrônica de Santa Rita do Sapucaí e suas implicações de política. *Nova Economia*, 25(1), 105-122.
- Gil, A. C. (2010). *Como elaborar projetos de pesquisa* (5a ed). São Paulo: Atlas.
- Gomes, A. F., Santana, W. G. P., Araújo, U. P., & Martins, C. M. F. (2014). Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 16(51), 319-342. <https://dx.doi.org/10.7819/rbgn.v16i51.1508>
- Gomes, D. C., De Farias Silva, L. A., D'Anjour, M. F., & Moreno Añez, M. E. (2014). Empreendedorismo jovem: da escola para o mercado de trabalho. *Holos*, 5, 333-343. <https://doi.org/10.15628/holos.2014.2220>
- Greco, S. M. S. S., Bastos, P. A., Machado, J. P., Felix, J. C., Silvestre, R. G. M., Passos, C. A. K. ... & Réa, M. X. (2009). *Empreendedorismo no Brasil: 2008*. Curitiba: IBPQ.
- Greco, S. M. S. S., De Lima, B. R., Da Cunha, C. R., Lima, E. P., Gimenez, F. A. P., Vieira, F. C. ... & De Souza, V. L. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2016*. Curitiba: IBPQ.
- Hashimoto, M., de Castro Krakauer, P. V., & Cardoso, A. M. (2018). Inovações nas técnicas pedagógicas para a formação de empreendedores. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 12(4), 17-38.
- Hisrich, Robert D., Peters, Michael P., & Shepherd, Dean (2014). *Empreendedorismo: 9*. Porto Alegre: AMGH.
- Ituassu, C. T., & Tonelli, M. J. (2014). Sucesso, mídia de negócios e a cultura do management no Brasil. *Cadernos EBAPE. BR*, 12(1), 86-111.
- Kotyashko, A., Ferreira-Pereira, L. C., & Vieira, A. V. G. (2018). Normative resistance to responsibility to protect in times of emerging multipolarity: the cases of Brazil and Russia. *Revista Brasileira de Política Internacional*, 61(1). <https://dx.doi.org/10.1590/0034-7329201800101>
- Lazzarotti, F., Silveira, A. L. T., Carvalho, C. E., Rossetto, C. R., & Sychoski, J. C. (2015). Orientação empreendedora: um estudo das dimensões e sua relação com desempenho em empresas graduadas. *Revista de Administração Contemporânea*, 19(6), 673-695. <https://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20151829>
- Leal, S. R. (2017). A retração da acumulação urbana nas cidades brasileiras: a crise do Estado diante da crise do mercado. *Cadernos Metrôpole*, 19(39), 537-555. <https://dx.doi.org/10.1590/2236-9996.2017-3908>

- Lima, E., Lopes, R. M. A., Nassif, V. M. J., & Silva, D. (2015). Ser seu próprio patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, 19(4), 419-439. <https://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20151296>
- Lopes, S., Gaspar, F., Hartman, A., Silva, F., & Reis, D. (2013). Avaliação do nível da cultura intraempreendedora: Estudo de caso entre seis empresas portuguesas e seis empresas brasileiras. *Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa*, 12(1), 52-68.
- Machado, C. G., de Freitas Cruz, D. B., Chinelato, F. B., & da Silva, L. C. F. (2015). Empreendedorismo em cenários complexos: uma visão da realidade atual e futura no Brasil a partir de análise comparativa. *Revista de Administração IMED*, 5(2), 153-165.
- Machado, H. V., & Espinha, P. G. (2010). Empreendedorismo e franchising: uma combinação que garante a sobrevivência?. *Revista de Administração Mackenzie*, 11(4), 131-153. <https://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712010000400006>
- Madi, L., & Rego, R. A. (2015). Publicações da Série ITAL Trends 2020: incentivo à inovação e ao empreendedorismo no setor de alimentação. *Brazilian Journal of Food Technology*, 18(3), 258-261. <https://dx.doi.org/10.1590/1981-6723.9115>
- Makhamid Makhamed, Y., & Bendassolli, P. (2017). Evidências de validade de um inventário de competências empreendedoras para empresários juniores. *Psico-USF*, 22(2), pp.285-297.
- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2002). *Técnicas de pesquisa*.
- Marquesan, F. F. S., & Figueiredo, M. D. (2014). De artesão a empreendedor: a ressignificação do trabalho artesanal como estratégia para a reprodução de relações desiguais de poder. *Revista de Administração Mackenzie*, 15(6), 76-97. <https://dx.doi.org/10.1590/1678-69712014/administracao.v15n6p76-97>
- Martes, A. C. B. (2010). Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. *Brazilian Journal of Political Economy*, 30(2), 254-270. <https://dx.doi.org/10.1590/S0101-31572010000200005>
- Martins, C., Fiates, G. G. S., Dutra, A., da Silva Leite, A. L., & Giarola, P. G. (2014). Empreendedorismo inovador gerado pelas incubadoras de base tecnológica: mapeamento da produção científica até 2013. *Revista de Negócios*, 19(2), 86-108.
- Matos, F. R. N., Queiroz, W. V., Lopes, K. L. A., Frota, G. S. L., & Saraiva, V. M. L. L. (2012). Estudo observacional do comportamento empreendedor de Irineu Evangelista de Sousa da ótica de Filion no filme "Mauá - o Imperador e o Rei". *Cadernos EBAPE.BR*, 10(1), 202-220. <https://dx.doi.org/10.1590/S1679-39512012000100013>
- Melo, F. L. N. B., Sampaio, L. M. B., & Oliveira, R. L. (2015). Corrupção burocrática e empreendedorismo: uma análise empírica dos estados brasileiros. *Revista de Administração Contemporânea*, 19(3), 374-397. <https://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20151611>

- Nassif, V. M. J., Ghobril, A. N., & do Amaral, D. J. (2011). Empreendedorismo por necessidade: o desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no Brasil. *Pensamento & Realidade*, 24(1).
- Nassif, V. M. J., Andreassi, T., & Tonelli, M. J. (2016). Critical incidents among women entrepreneurs: Personal and professional issues. *Revista de Administração (São Paulo)*, 51(2), 212-224. <https://dx.doi.org/10.5700/rausp1235>
- Nassif, V. M. J., Ghobril, A. N., & Silva, N. S. (2010). Understanding the entrepreneurial process: a dynamic approach. *BAR - Brazilian Administration Review*, 7(2), 213-226. <https://dx.doi.org/10.1590/S1807-76922010000200007>
- Nelson, R. E., & Sant'Anna, A. S. (2012). Tipos de empreendedores em periferia brasileira. *Revista de Administração Pública*, 46(2), 453-475. <https://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122012000200006>
- Oliveira Junior, A. B., Borini, F. M., Bernardes, R. C., & Oliveira, M. J. (2016). Impact of entrepreneurial orientation on strategic alliances and the role of top management. *Revista de Administração de Empresas*, 56(3), 315-329. <https://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020160305>
- Oliveira Junior, A. B., Gattaz, C. C., Bernardes, R. C., & Iizuka, E. S. (2018). Entrepreneurship research (2000-2014) in the top six Brazilian journals of administration: gaps and directions. *Cadernos EBAPE.BR*, 16(4), 610-630. <https://dx.doi.org/10.1590/1679-395167644>
- Oliveira, L. C., Mariano, S. R. H. (2018). Ensino de empreendedorismo: análise da introdução de novas práticas educacionais em um curso sequencial de empreendedorismo e inovação. *Atos de Pesquisa em Educação*. 13(2) , 312-334.
- Paiva, L. E. B., Lima, T. C. B., Rebouças, S. M. D. P., Ferreira, E. M. D. M., & Fontenele, R. E. S. (2018). Influence of sustainability and innovation on the entrepreneurial intention of Brazilian and Portuguese university students. *Cadernos EBAPE.BR*, 16(4), 732-747. <https://dx.doi.org/10.1590/1679-395167527>
- Paiva, M. S., Cunha, G. H. M., Souza Junior, C. V. N., & Constantino, M. (2018). Inovação e os efeitos sobre a dinâmica de mercado: uma síntese teórica de Smith e Schumpeter. *Interações (Campo Grande)*, 19(1), 155-170. <https://dx.doi.org/10.20435/inter.v19i1.1561>
- Pedroso, J. P. P., Massukado-Nakatani, M. S., & Mussi, F. B. (2009). A relação entre o jeitinho Brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. *Revista de Administração Mackenzie*, 10(4), 100-130. <https://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712009000400006>
- Pereira, M. G., & Galvão, T. F. (2014). Etapas de busca e seleção de artigos em revisões sistemáticas de literatura. *Epidemiol. Serv. Saúde*, 23(1).
- Pereira, R. C., & Araujo, F. O. (2017). Complica ou descomplica? Reflexões sobre decisões de fazer ou comprar na maior startup brasileira de educação. *Revista*

Eletrônica de Administração (Porto Alegre), 23(3), 259-287.
<https://dx.doi.org/10.1590/1413-2311.164.61819>

Pereira, Y. V., Moraes, W. F. A., & Salazar, V. S. (2017). Recursos competitivos no empreendedorismo internacional: uma análise qualitativa em empresas exportadoras. *Gestão & Produção*, 24(3), 477-487. <https://dx.doi.org/10.1590/0104-530x2361-17>

Pérez, Y. S., & Martins, R. S. (2017). Antecedentes del perfil del emprendedor brasileño de PYMES de los clusters industriales. Estudio del factor autoconfianza. *Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa*, 16(1), 22-43.

Raimundo e Almeida, M. R., & Montañó, M. (2015). Benchmarking na avaliação de impacto ambiental: o sistema mineiro frente às melhores práticas internacionais. *Sociedade & Natureza*, 27(1), 81-96. <https://dx.doi.org/10.1590/1982-451320150106>

Rezende, S., Galdino, K., & Lamont, B. (2018). Internationalization process through an opportunity lens. *RAUSP Management Journal*, 53(3), 422-440. <https://dx.doi.org/10.1108/rausp-04-2018-007>

Ribeiro, A. T. V. B., & Krakauer, P. V. C. (2016). Empreendedorismo por estilo de vida: estudo exploratório sobre fatores motivacionais, características e gestão. *Revista de Gestão e Secretariado*, 7(1), 112-131. doi:<https://doi.org/10.7769/gesec.v7i1.439>

Ribeiro, F. F., Oliveira Jr., M. M., & Borini, F. M. (2012). Internacionalização acelerada de empresas de base tecnológica: o caso das Born Globals brasileiras. *Revista de Administração Contemporânea*, 16(6), 866-888. <https://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552012000600007>

Rizzato, S. C. C., & Moran, M. C. (2013). Empreendedorismo e personalidade: o perfil em estudantes brasileiros. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 13(3), 279-291.

Rosas, A. R., & Sauaia, A. C. A. (2009). Modelo conceitual de decisões no estágio de criação de um negócio: base para construção de um simulador para jogos de empresas. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(4), 663-682. <https://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552009000400009>

Sant'Anna, A. S., & Diniz, D. M. (2017). (Re-)construing space as capital: contributions from a study with local entrepreneurs. *BBR. Brazilian Business Review*, 14(5), 544-558. <https://dx.doi.org/10.15728/bbr.2017.14.5.6>

Schaefer, R., & Minello, I. F. (2017). Mentalidade empreendedora: o modo de pensar do indivíduo empreendedor. *REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(3), 495-524.

Schneider, A., Schleiniger, C., & Kohls, J. (2014). Desenvolvendo competências na aprendizagem profissional. *Revista Aprendiz*, 1(1), p.30.

- Schreiber, D., Flach, L., & Antonello, C. S. (2009). O chocolate importado. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(4), 683-699. <https://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552009000400010>
- Siluk, J. C. M., Garlet, T. B., Marcuzzo, R., Michelin, C. F., & Minello, I. F. (2018). Empreendedorismo de base tecnológica no Sul do Brasil. *Revista de Administração da UFSM*, 11, 471-488. doi:<http://dx.doi.org/10.5902/1983465929118>
- Silva, B. D., Duarte, E. C. V. G., & Souza, K. P. (2013) Tecnologias digitais de informação e comunicação: artefactos que potencializam o empreendedorismo da geração digital. In: Morgado, J. C., Santos, L. L., & Paraíso, M. (Org.). *Estudos curriculares: Um debate contemporâneo* (pp.165-180).
- Silveira, A., Ropelato, M., Viera, S. S., & do Nascimento, S. (2010). Empreendedorismo: produção científica na base Scielo 2004-2008. *Revista de Administração FACES Journal*, 9(3). DOI: <http://dx.doi.org/10.21714/1984-6975FACES2010V9N3ART196>
- Silveira, D. T., & Córdova, F. T. (2009). Unidade 2: A pesquisa científica. *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: UFRGS.
- Sousa, D., Zambalde, A., Souki, G., & Veroneze, R. (2018). Marketing myopia in brazilian public universities: an empirical study involving academicians. *Journal of technology management & innovation*, 13(3), 12-23. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242018000300012>
- Souza, A. R. (2018). Determinados contornos jurídicos, assistenciais e econômicos de organizações cristãs. *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, 18(1), 237-255. <https://dx.doi.org/10.15448/1984-7289.2018.1.24501>
- Souza, E. C. L., & Júnior, G. S. L. (2011). Empreendedorismo e desenvolvimento: uma relação em aberto. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 8(3), 120-140. <https://doi.org/10.5773/rai.v8i3.785>
- Stadler, A., & Smith, A. (2017). Entrepreneurship in vocational education: A case study of the Brazilian context. *Industry and Higher Education*, 31(2), 81-89.
- Tietz, G., Anholon, R., Cooper Ordonez, R. E., & Quelhas, O. L. (2015). Business incubators in Brazil: main gaps to be explored by academic researchers. *Journal Of Technology Management & Innovation*, 10(4), 18-27. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242015000400003>
- Tomazzoni, E. L., & Tavares, J. M. (2014). Empreendedorismo y gestión de recursos humanos en la hotelería de Brasil: Un estudio bibliométrico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(3), 547-565.
- Valadares, J. L., & Emmendoerfer, M. L. (2012). Cargos de livre nomeação: reflexões com base no empreendedor público em um estado-membro do Brasil. *Revista de Administração Contemporânea*, 16(5), 723-743. <https://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552012000500006>

- Vale, G. M. V., Corrêa, V. S., & dos Reis, R. F. (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(3), 311-327. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>
- Verdugo, G. A. B. (2018). Innovative self-concept of micro-entrepreneurs: perception of barriers and intention to invest. *BAR - Brazilian Administration Review*, 15(2). <https://dx.doi.org/10.1590/1807-7692bar2018170085>
- Verga, E., & Silva, L. F. S. (2014). Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 3(3), 3-30.
- Vignochi, L., Lezana, A. G. R., & Camilotti, L. (2013). Empreendedorismo e valores humanos: um estudo conceitual. *Gestão. Recife/PE-Brasil*, 11(2), 271-292.
- Vinholis, M. M. B., Souza Filho, H. M., Carrer, M. J., & Chaddad, F. R. (2016). Determinants of recognition of TRACES certification as valuable opportunity at the farm level in São Paulo, Brazil. *Production*, 26(1), 78-90. <https://dx.doi.org/10.1590/0103-6513.146513>
- Vosgerau, D. S. R., & Romanowski, J. P. (2014). Estudos de revisão: implicações conceituais e metodológicas. *Revista Diálogo Educacional*, 14(41), 165-189.
- Zarpellon, S. C. (2010). O empreendedorismo e a teoria econômica institucional. *Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía*, 1(1), 47-55.
- Zhang, M. (2014). Study on enterprise education system for undergraduates in universities. *Higher Education Studies*, 4(6), 58-61.

Anexos

Anexo A

Nº	Título do Artigo	Autores	Ano de Publicação	Base de Dados
1	"Quando a crise faz o empreendedor": desemprego e empreendedorismo no jornal O Estado de S. Paulo	Bruna Bakker, Julia Salgado	2016	B-On
2	(A falta de) Indicadores de Empreendedorismo no Brasil	Cândido Vieira Borges Junior, Tales Andreassi, Vânia Maria Jorge Nassif	2017	B-On
3	(Re-)constructing Space as Capital: Contributions from a Study with Local Entrepreneurs	Anderson de Souza Sant'Anna, Daniela Martins Diniz	2017	SciELO
4	A alavanca que move o mundo: o discurso da mídia de negócios sobre o capitalismo empreendedor	Alessandra Mello da Costa, Denise Franca Barros, Paulo Emílio Matos Martins	2012	SciELO
5	A contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico dos estados Brasileiros	Fernanda Maria de Almeida, Gislaíne Aparecida Santana Sedyama, Felipe Afonso Santiago	2017	B-On
6	A produção científica em empreendedorismo: análise do academy of management meeting: 1954-2005	Marcelo Leandro de Borba, Marianne Hoeltgebaum, Amélia Silveira	2011	B-On
7	A relação entre o jeitinho Brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil	José Pedro Penteado Pedroso, Márcia Shizue Massukado-Nakatani, Fabrício Baron Mussi	2009	SciELO
8	A retração da acumulação urbana nas cidades brasileiras: a crise do Estado diante da crise do mercado	Suely Ribeiro Leal	2017	SciELO
9	A transformação social nos discursos da cena empreendedora social brasileira: processos comunicacionais e regimes de convocação na mídia digital	Vander Casquil	2016	SciELO
10	Análise das publicações científicas sobre capital social empreendedor no período de 2004 a 2013: em campo de emergência	Thiago Roozevelt de Souza, Rivanda Meira Teixeira	2016	B-On
11	Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo	Luis Fernando Filardi Ferreira, Fábio Lottí Oliva, Silvio Aparecido dos Santos, Celso Cláudio de Hildebrand e Grisi, Afonso Carneiro Lima	2012	SciELO
12	Analysis of the public entrepreneurship phenomenon in a Brazilian state	Magnus Emmendoerfer, Josiel Lopes Valadares	2014	SciELO
13	Antecedentes do perfil do empresário brasileiro de PMEs em clusters industriais. Estudo do fator de autoconfiança	Yahilina Silveira Pérez, Ricardo S. Martins	2017	SciELO
14	Are small business owners entrepreneurs? Exploring small business manager behavioral profiles in the São Paulo Metropolitan region	Roberto Coda, Patrícia Viveiros de Castro Krakauer, Davi de França Berne	2018	SciELO
15	Avaliação do nível da cultura intraempreendedora: Estudo de caso entre seis empresas portuguesas e seis empresas brasileiras	Steve Lopes, Fernando Gaspar, Adriane Hartman, Fábio Silva, Dácio Reis	2013	SciELO
16	Avaliação do perfil empreendedor em meio acadêmico	Renata Muraro, Luciene Eberle, Fábio Vernuck	2018	B-On
17	Benchmarking na avaliação de impacto ambiental: o sistema mineiro frente às melhores práticas internacionais	Maria Rita Raimundo e Almeida, Marcelo Montañó	2015	SciELO
18	Brazil's entrepreneurial power in world politics: The role of great powers and regional politics for successful entrepreneurship	Feliciano de Sá Guimarães, Maria Hemínia de Almeida	2018	B-On
19	Business Incubators in Brazil: Main Gaps to Be Explored by Academic Researchers	Gustavo Tietz, Rosley Anholon, Robert Eduardo Cooper Ordonez, Osvaldo Luis Quelhas	2015	SciELO
20	Capital humano, empreendedorismo e desenvolvimento: evidências empíricas nos municípios do Ceará	Raimundo Eduardo Silveira Fontenele, Heber José de Moura, Aurio Lucio Leocadio	2011	SciELO
21	Cargos de livre nomeação: reflexões com base no empreendedor público em um estado-membro do Brasil	Josiel Lopes Valadares, Magnus Luiz Emmendoerfer	2012	SciELO
22	Complica ou descomplica? Reflexões sobre decisões de fazer ou comprar na maior startup brasileira de educação	Rafael Carvalho Pereira, Fernando Oliveira de Araujo	2017	SciELO
23	Corrupção Burocrática e Empreendedorismo: Uma Análise Empírica dos Estados Brasileiros	Felipe Luiz Neves Bezerra de Melo, Luciano Menezes Bezerra Sampaio, Renato Lima de Oliveira	2015	SciELO
24	Critical incidents among women entrepreneurs: Personal and professional issues	Vânia Maria Jorge Nassif, Tales Andreassi, Maria José Tonelli	2016	SciELO
25	Cultura e orientação empreendedora: uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal	Marco Antonio Oliveira Monteiro da Silva, Luiz Flavio Autran Monteiro Gomes, Manuela Faia Correia	2009	SciELO

Nº	Título do Artigo	Autores	Ano de Publicação	Base de Dados
26	De artesanato a empreendedor: a ressignificação do trabalho artesanal como estratégia para a reprodução de relações desiguais de poder	Fábio Freitas Schilling Marquesan, Marina Dantas Figueiredo	2014	SciELO
27	Desempenho, autorregulação e competências de empreendedores de indústrias criativas brasileiras	Pedro F Bendassolli, Jairo Eduardo Borges-Andrade, Sonia Maria Gondim, Yasmin Makhamed Makhamed	2016	SciELO
28	Desenvolvimento de uma escala para medir o potencial empreendedor utilizando a Teoria da Resposta ao Item (TRI)	Luciano Ricardo Rath Alves, Antonio Cezar Bormia	2011	SciELO
29	Desenvolvimento local e desconcentração industrial: uma análise da dinâmica do sistema local de empresas de eletrônica de Santa Rita do Sapucaí e suas implicações de políticas	Renato Garcia, Antonio Carlos Diegues, José Eduardo Roselino, Ariana Ribeiro Costa	2015	SciELO
30	Determinados contornos jurídicos, assistenciais e econômicos de organizações cristãs	André Ricardo de Souza	2018	SciELO
31	Determinants of recognition of traces certification as valuable opportunity at the farm level in São Paulo, Brazil	Marcela de Mello Brandão Vinholisa, Hildo Meirelles de Souza Filho, Marcelo José Carrer, Fabio Ribas Chaddad	2016	SciELO
32	Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: Evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014	Fernando Filardi, Filipe Delarissa Barros, Adalberto Americo Fischmann	2014	B-On
33	El aprendizaje empresarial en los emprendimientos sustentables del sector turístico del cerrado brasileño	Jéssica Borges de Carvalho, Maria Sálete Batista Freitag, Altair Camargo Filho, Cândido Borges	2013	SciELO
34	Empreendedorismo de base tecnológica no sul do Brasil	Julio Cezar Mairesse Situk, Taís Bisognin Garlet, Rafael Marouzzo, Cláudia de Freitas Michelin, Italo Fernando Minello	2018	B-On
35	Empreendedorismo e Desenvolvimento: Uma Relação em Aberto	Eda Castro Lucas Souza, Gumersindo Sueiro Lopez Júnior	2011	B-On
36	Empreendedorismo e franchising: uma combinação que garante a sobrevivência?	Hilka Vier Machado, Pedro Guena Espinha	2010	SciELO
37	Empreendedorismo e gestão de recursos humanos na indústria hoteleira no Brasil Um estudo bibliométrico	Edegar Luis Tomazzoni, Jean Max Tavares	2014	SciELO
38	Empreendedorismo e personalidade: o perfil em estudantes brasileiros	Sálvio de Castro e Costa Rizzato, Maria Consuelo Moran	2013	B-On
39	Empreendedorismo e resiliência: mapeamento das competências técnicas e comportamentais exigidas na atualidade	Myrt Thânia de Souza Cruz, Isabel Mingotti Machado de Moraes	2013	B-On
40	Empreendedorismo e valores humanos: um estudo conceitual	Luciano Vignochi, Álvaro Guillermo Rojas Lezana, Luciane Camilotti	2013	B-On
41	Empreendedorismo em cenários complexos: uma visão da realidade atual e futura no Brasil a partir de análise comparativa	Cristiano Guimarães Machado, Diogo Batista de Freitas Cruz, Flavia Braga Chinelato, Luiz César Fernandes da Silva	2015	B-On
42	Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa	Almiralva Ferraz Gomes, Wesley Gusmão Piau Santana, Uajará Pessoa Araújo, Caroline Miriã Fontes Martins.	2014	SciELO
43	Empreendedorismo institucional: uma análise de caso no setor de energia elétrica brasileiro	Ilan Avrichirl, Gabriel Vouga Chueke	2011	SciELO
44	Empreendedorismo Jovem: da escola para o mercado de trabalho	Danilo Cortez Gomes, Luciano Alexandre de Farias Silva, Miler Franco D'Anjour, Miguel Eduardo Moreno Añez	2014	B-On
45	Empreendedorismo jovem: fatores que contribuem para a atividade empreendedora	Sandra Aparecida Brasil, Cintia Fernanda Brasil, Clariana Ribeiro Nogueira	2013	B-On
46	Empreendedorismo por estilo de vida: estudo exploratório sobre fatores motivacionais, características e gestão	Artur Tavares Vilas Boas Ribeiro, Patricia Viveiros de Castro Krakauer	2016	B-On
47	Empreendedorismo por necessidade: O desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no Brasil	Vânia Maria Jorge Nassif, Alexandre Nabil Ghobril, Deryl Jardim do Amaral	2009	B-On
48	Empreendedorismo Social: uma Reflexão para Adotar Políticas Públicas de Apoio ao Terceiro Setor no Brasil	Francielli Martins Borges Ladeira, Hilka Vier Machado	2013	SciELO

Nº	Título do Artigo	Autores	Ano de Publicação	Base de Dados
49	Empreendedorismo: Produção científica na base scielo 2004-2008	Amelia Silveira, Marcio Ropelato, Silvana Silva Viera, Sabrina do Nascimento	2010	B-On
50	Ensaio sobre as virtudes do capital de risco corporativo para projetos de alta tecnologia no setor agrícola: a trajetória inovadora da Alelyx Applied Genomics e da CanaVialis	Roberto Carlos Bernardes, Carmen Augusta Varela, Flávia Luciane Consoni, Eliana Sabá Sacramento	2013	SciELO
51	Ensino de empreendedorismo: análise da introdução de novas práticas educacionais em um curso sequencial de empreendedorismo e inovação	Lana Cristina Oliveira, Sandra Regina Holanda Mariano	2018	B-On
52	Entrepreneurial orientation and open innovation in brazilian startups: a multicase study	Eduardo Gomes Carvalho, Joel Yutaka Sugano	2016	SciELO
53	Entrepreneurs and the Social and Economic Dynamics of a Small Brazilian Community	Anderson de Souza Sant'Anna, Reed Elliot Nelson	2017	B-On
54	Entrepreneurship in vocational education: A case study of the Brazilian context	Adriano Stadler, Anne M. J. Smith	2017	B-On
55	Entrepreneurship research (2000-2014) in the top six Brazilian journals of administration: gaps and directions	Antonio Benedito de Oliveira Junior, Cristiane Chaves Gattaz, Roberto Carlos Bernardes, Edson Sadao Izuka	2018	SciELO
56	Estratégias de desempenho superior em recessões: pro ou contracíclicas?	Claudio Ramos Conti, Rafael Goldszmidt, Flávio Carvalho de Vasconcelos	2015	SciELO
57	Estrutura intelectual da produção científica sobre propensão ao empreendedorismo: uma análise à luz das citações	Loreni Maria dos Santos Braun, Vânia Maria Jorge Nassif	2018	B-On
58	Estudo observacional do comportamento empreendedor de Irineu Evangelista de Sousa da ótica de Filion no filme "Mauá – o Imperador e o Rei"	Fátima Regina Ney Matos, Waleska Vasconcelos Queiroz, Kátia Lene de Araújo Lopes, Gleides dos Santos Lima Frota, Valdênia Maria Lima Leandro Saraiva	2012	SciELO
59	Evidências de Validade de um Inventário de Competências Empreendedoras para Empresários Juniores	Yasmin Makhamid Makhamed, Pedro F. Bendassolli	2017	SciELO
60	Impacto da orientação empreendedora em alianças estratégicas e o papel da administração superior	Antonio Benedito de Oliveira Junior, Felipe Mendes Borini, Roberto Carlos Bernardes, Mauro José de Oliveira	2016	SciELO
61	Influence of sustainability and innovation on the entrepreneurial intention of Brazilian and Portuguese university students	Luis Eduardo Brandão Paiva, Tereza Cristina Batista de Lima, Sílvia Maria Dias Pedro Rebouças, Eugénia Maria Dores Maia Ferreira, Raimundo Eduardo Silveira Fontenele.	2018	SciELO
62	Innovation and entrepreneurship in scientific research	Celso da Costa Carrer, Guilherme Ary Flonski, Célia Regina Orlandelli Carrer, Celso Eduardo Lins de Oliveira	2010	SciELO
63	Innovative Self-concept of Micro-entrepreneurs: Perception of Barriers and Intention to Invest	Gustavo Alfonso Barrera Verdugo	2018	SciELO
64	Inovação e os efeitos sobre a dinâmica de mercado: uma síntese teórica de Smith e Schumpeter	Matheus Silva de Paiva, George Henrique de Moura Cunha, Celso Vila Nova Souza Junior, Michel Constantino	2018	SciELO
65	Inovação tecnológica na produção brasileira de sal marinho e as alterações sócioterritoriais dela decorrentes: uma análise sob a ótica da Teoria do Empreendedorismo de Schumpeter	Marco Túlio Mendonça Diniz, Fábio Perdigão Vasconcelos, Márcia Barbosa Martins	2015	SciELO
66	Inovações nas técnicas pedagógicas para a formação de empreendedores	Maros Hashimoto, Patricia Viveiros de Castro Krakauer, Aline Michelle Cardoso	2018	B-On
67	Internacionalização acelerada de empresas de base tecnológica: o caso das Bom Globals brasileiras	Fernanda Ferreira Ribeiro, Moacir Miranda Oliveira Jr., Felipe Mendes Borini	2012	SciELO
68	Internationalization process through an opportunity lens	Sérgio Rezendea, Kátia Galdinob, Bruce Lamontb	2018	SciELO
69	Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão?	Yára Lúcia M. Bulgacov, Sieglinde Kindl da Cunha, Denise de Camargo, Maria Lucia Meza, Sergio Bulgacov	2011	SciELO

Nº	Título do Artigo	Autores	Ano de Publicação	Base de Dados
70	Marketing Myopia in Brazilian Public Universities: An Empirical Study Involving Academicians	Dalton Sousa, André Zambalde, Gustavo Souki, Ricardo Veroneze	2018	SciELO
71	Mentalidade empreendedora: o modo de pensar do indivíduo empreendedor	Ricardo Schaefer, Italo Fernando Minello	2017	B-On
72	Modelo conceitual de decisões no estágio de criação de um negócio: base para construção de um simulador para jogos de empresas	André Rosenfeld Rosas, Antonio Carlos Aidar Sauaia	2009	SciELO
73	Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?	Gláucia Maria Vasconcellos Vale, Victor Silva Corrêa, Renato Francisco dos Reis	2014	B-On
74	Normative resistance to responsibility to protect in times of emerging multipolarity: the cases of Brazil and Russia	Anna Kotyashko, Laura Cristina Ferreira-Pereira, Alena Vysotskaya Guedes Vieira	2018	SciELO
75	O "Bê-Á-Bá" do Ensino em Empreendedorismo Uma Revisão da Literatura Sobre os Métodos e Práticas da Educação Empreendedora	Júlio Fernando da Silva, Roberto Patrus	2017	B-On
76	O chocolate importado	Dusan Schreiberl, Leonardo Flachl, Claudia Simone Antonello	2009	SciELO
77	O evolucionismo econômico na pós-graduação brasileira: uma análise a partir da ótica da educação	Evandro Dotto Diasl, Rodrigo Rorato	2014	SciELO
78	Orientação Empreendedora: Um Estudo das Dimensões e sua Relação com Desempenho em Empresas Graduadas	Fábio Lazzarotti, Alissane Lia Tasca da Silveira, Carlos Eduardo Carvalho, Carlos Ricardo Rossetto, Jonatha Correia Sychoski	2015	SciELO
79	Parcerias tri-setoriais no empreendedorismo social: discurso e prática dos atores a partir de círculos de ação e reflexão	Carla Bronzol, Armindo dos Santos de Sousa Teodósioll, Márcia Cristina Gomes da Rocha	2012	SciELO
80	Publicações da Série ITAL Trends 2020: incentivo à inovação e ao empreendedorismo no setor de alimentação	Luis Madi, Raul Amaral Rego	2015	SciELO
81	Recursos competitivos no empreendedorismo internacional: uma análise qualitativa em empresas exportadoras	Yákara Vasconcelos Pereira, Walter Fernando Araújo de Moraes, Viviane Santos Salazar	2017	SciELO
82	Self-Control, Self-Management and Entrepreneurship in Brazilian Creative Industries	Pedro F. Bendassolli, Jairo Eduardo Borges-Andrade, Sonia Maria Guedes Gondim	2016	SciELO
83	Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo	Edmilson Lima, Rose Mary Almeida Lopes, Vânia Maria Jorge Nassif, Dirceu Silva	2015	SciELO
84	Sucesso, mídia de negócios e a cultura do management no Brasil	Cristiana Trindade Ituassul, Maria José Tonelli	2014	SciELO
85	Tendências do empreendedorismo no Brasil	Marcelo Marinho Aidar	2010	B-On
86	Tipos de empreendedores em penturbia brasileira	Reed Elliot Nelson, Anderson de Souza Sant'Anna	2012	SciELO
87	Transformations in Community Associations and Political Processes in a Rio de Janeiro "Favela"	Livia De Tommasi, Dafne Jazmin Velazco	2017	SciELO
88	Understanding the entrepreneurial process: a dynamic approach	Vânia Maria Jorge Nassif, Alexandre Nabil Ghobril, Newton Siqueira da Silva	2010	SciELO
89	Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor	Ana Cristina Braga Martes	2010	SciELO