

# Repad

Revista Estudos e  
Pesquisas em Administração

Vol. 3, n. 2, Maio-Agosto/2019

---



## ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL NO PERÍODO DE 2002 A 2016

José Alan Barbosa da Silva

<http://orcid.org/0000-0003-0693-1378>

Universidade Estadual de Goiás – UEG, Brasil

Murilo Sergio Vieira Silva

<https://orcid.org/0000-0003-3915-793X>

Universidade Estadual de Goiás – UEG, campus Aparecida de Goiânia, Brasil

### RESUMO

Este artigo apresenta a evolução do empreendedorismo no Brasil, nos últimos 15 anos, utilizando como fonte de dados secundário, as pesquisas do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Serviço de Apoio as Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE), cuja buscas realizadas de 2002 a 2016. Os resultados apontam uma análise descritiva quanto á taxa de empreendedores novos e nascentes, taxa de empreendedorismo segundo estágio do empreendedor (inicial e estabelecido), bem como, a taxa de empreendedorismo iniciais segundo sua motivação (por oportunidade ou necessidade), empreendedores segundo gênero, faixa etária e grau de escolaridade. Este estudo mostrou que o Brasil de 2002 a 2016 apresenta um crescimento significativo em relação ao empreendedorismo, assim como avanço da contribuição do sexo feminino na economia, aumento do empreendedorismo por oportunidade, bem como estabilidade e maior período de sobrevivência dos negócios já existentes.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Desenvolvimento econômico. Atividade Empresarial.

### ANALYSIS OF ENTREPRENEURSHIP IN BRAZIL IN THE PERIOD FROM 2002 TO 2016

### ABSTRACT

This article presents the evolution of entrepreneurship in Brazil, in the last 15 years, using as secondary data source, the surveys of the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) and micro and small business support service (SEBRAE), whose searches carried out from 2002 to 2016. The results point to a descriptive analysis regarding the rate of new and springs entrepreneurs, entrepreneurship rate according to the stage of the entrepreneur (initial and established), as well as the initial entrepreneurship rate according to their motivation (by opportunity or necessity), entrepreneurs according to gender, age group and educational level. This study showed that Brazil from 2002 to 2016 presents a significant growth in relation to entrepreneurship, as well as the advancement of the contribution of women in the economy, increase in entrepreneurship by opportunity, as well as stability and longer survival period of existing businesses.

**Keywords:** Entrepreneurship. Economic development. Entrepreneurial.



ISSN 2594-7559

**Datas Editoriais:****Submetido: 23/06/2019****Aceito: 21/08/2019****Publicado: 31/08/2019**

## INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é considerado um fenômeno global, assumindo uma posição de destaque no cenário político, econômico e social, sua relevância tem sido bastante discutida e explorada na contemporaneidade, através de estudos e pesquisas científicas, que procuram investigar qual é o perfil, quem são as pessoas e como ocorrem as oportunidades para a criação de um negócio. Vários autores enfatizam que existe uma forte correlação entre o empreendedorismo, o crescimento e o desenvolvimento econômico e social (DOLABELA, 2008; VIEIRA et al., 2014; DA SILVA, et al. 2019; KAKOURIS; GEORGIADIS, 2016; DA SILVA; SCHLAG, 2017; DA SILVA; SILVA, 2018; DA SILVA, 2019; THAI; TURKINA, 2014).

Diante disso, o empreendedorismo é considerado como uma importante perspectiva para desenvolver a economia e gerar empregos (BRUTON; AHLSTROM; LI, 2010). Inicialmente, alguns trabalhos de pesquisadores buscaram entender o fenômeno do empreendedorismo. Neste contexto, foi dado o início nas pesquisas relacionadas ao tema, que rapidamente, e, mundialmente, se proliferaram nos mais variados periódicos científicos (BAKAR et al., 2015; VIEIRA et al., 2013; WADHWANI, 2012).

Neste cenário, há um consenso, entre os diversos autores, que destacam que o empreendedorismo se traduz na criação de novos empreendimentos, o que contribui para alavancar a economia, impulsionar o comércio, criar novas oportunidades de negócios e gerar emprego para a população, (SHANE; VENKATARAMAN, 2000; LAMBING; KUEHL, 2007). Nesta lógica, o presente trabalho coopera, dado a investigação e estudo sobre o cenário, evolução e relevância do empreendedorismo como prática de atividade empresarial brasileira no período de 2002 a 2016.

Dolabela (1999) e Fillion (1999; 2000) salientaram que, diante das constantes transformações política, econômica, e da variedade, e diversidades de características dos empreendedores brasileiro, o desenvolvimento de trabalhos que busquem entender como ocorre o empreendedorismo e aponte sua evolução temporal, contribuem para evidências sobre o perfil empreendedor, essas informações podem ser utilizadas para impulsionar e desenvolver o empreendedorismo no Brasil.

Autores como Yang e Zhao (2014), Róman, Congregado e Millán (2013) enfatizaram que este cenário coopera para a melhoria do ensino nas universidades ao reforçar a formação, a visão e a inovação do talento empresarial. Diante disso, tem-se tornado prática comum, as universidades incluírem nos cursos de administração e engenharias, a disciplina empreendedorismo, que tem sido amplamente discutida e analisada, o objetivo é mostrar para os alunos características empreendedoras (EVANS et al., 2007).

Neste contexto, as oportunidades de negócio que surgem no âmbito nacional e internacional possibilitam a construção das condições básicas para o alcance e estabilidade da economia, através de uma maior divulgação, cultura e conhecimento empreendedor, inclusive em projetos educacionais inseridos nos cursos de graduação (RUDA et al., 2012).

Segundo dados da pesquisa realizada por Dornelas (2011), o empreendedorismo mundial vem crescendo de forma substancial, isso é reflexo de ações que apoiam os



ISSN 2594-7559

empreendedores, como os programas de incubação de empresas, os parques que ajudam no desenvolvimento de tecnologias, as universidades que estimulam o empreendedorismo, além dos programas e subsídios governamentais que incentivam e buscam promover a criação de novos negócios, através das agências que dão suporte e treinamento bem como os programas de desburocratização e liberação ao crédito para as pequenas e médias empresas.

Um bom exemplo de que o empreendedorismo é uma atividade que deve ser apoiada pelo governo, pelas entidades e universidades, é o que ocorre nos países Europeus, nos Estados Unidos e Ásia, que acreditam e apoiam o desenvolvimento do empreendedorismo, exatamente por acreditar que a saída para a crise é continuar estimulando e desenvolvimento da atividade do empreendedorismo em todos os níveis (DORNELAS, 2001).

Economias emergentes, como as dos países da Ásia, África e América Latina, o desenvolvimento do empreendedorismo representa papel crucial para o crescimento econômico e social, ao contribuir para o aumento do PIB, comércio e geração de emprego (SANDU, 2008; PFEIFER; SARLIJA, 2010; SHANE, 2012).

Nesta visão, o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2016), destaca que o empreendedorismo versa-se sobre qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, qualquer atividade autônoma, criação de uma nova empresa ou a ampliação do empreendimento já existente.

Para realizar a investigação e análise referente ao empreendedorismo no Brasil e a sua evolução e contribuição para o crescimento econômico, este trabalho, utilizou dados da pesquisa GEM, do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) dos anos de 2002 a 2016. Estes indicadores foram escolhidos pelo motivo destes dados serem considerados como de maior impacto sobre o acompanhamento do empreendedorismo no Brasil.

Diante disso, o objetivo deste trabalho é investigar o empreendedorismo brasileiro e a sua evolução nos últimos 15 anos, a partir de 2002, como também analisar o empreendedorismo segundo as práticas do empreendedor e a sua motivação (ocorre por oportunidade e/ou por necessidade), identificando também características como gênero, faixa etária, escolaridade e renda familiar, e as de seus empreendimentos, como, estágio, porte, inovação e formalização.

Pesquisas sobre empreendedorismo no Brasil que utilizaram o GEM, podem ser encontradas nos trabalhos realizados por: BRUNEAU; MACHADO, 2006; MEZA et al., 2008; PEDROSO et al., 2009; NOGAMI; MACHADO, 2011; SOUZA; LOPEZ JÚNIOR, 2011; NOGAMI; MACHADO, 2014; SILVA et al., 2015. Os dados utilizados por estes autores correspondem ao período de 2000 a 2013.

Deste modo, surge uma lacuna a ser preenchida, principalmente referente aos dados dos últimos 3 anos (2014-2016), onde ocorreram diversas mudanças no cenário político, econômico e social, no Brasil e no mundo. Sendo assim, este trabalho teve como objetivo a seguinte indagação: Perante essas mudanças, qual é a evolução e estágio atual do empreendedorismo brasileiro, considerando o período de 2002 a 2016 (últimos 15 anos)?

Esta pesquisa se justifica por demonstrar quais atributos, cenário atual, estímulos relacionados ao exercício do empreendedor, podendo contribuir através da verificação e exploração temporal sobre o empreendedorismo brasileiro. Além disso, este estudo fornece análises detalhadas e específicas dos principais dados dos indicadores do GEM, do IBGE e do SEBRAE. Espera-se contribuir com informações que possibilitam ao leitor fácil compreensão.

Este artigo está constituído com as seguintes seções: esta da introdução, apresentando relevância, objetivo e resultado esperado deste estudo; a seção 2, traz a base teórica que fundamenta este trabalho; a seção 3, apresenta a metodologia; a seção 4, traz a avaliação e os



resultados obtidos; e, finalmente, a seção 5 que apresenta as considerações sobre esta pesquisa e sugestões para futuros trabalhos.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Na atualidade, o empreendedorismo é considerado como importante atividade para o desenvolvimento mundial da economia e da sociedade. Por esse motivo, diversos profissionais e pesquisadores buscam entender como ocorre o fenômeno do processo de empreender, e como transcorre suas interações com o ambiente econômico, social e político, como também no ambiente organizacional e em distintos contextos do setor público e privado (KELLEY et al., 2012).

Neste âmbito, na área de ensino, pesquisa e extensão, são ofertadas disciplinas em cursos de aperfeiçoamento, graduação, pós-graduação lato sensu, mestrados e doutorados com linhas de pesquisa em empreendedorismo. Observa-se ainda um crescente número de trabalhos de conclusão, monografias, dissertações, teses, congressos e iniciação científica que abordam a temática do empreendedorismo.

Dornelas (2003), Gil e Silva (2015), da Silva e Silva (2018), chamam a atenção para que os estudos que tratam do empreendedorismo, busquem considerar múltiplos fatores, dentre estes, a inovação, a criatividade, as descobertas, a invenção, a liderança, a cultura, a decisão, a visão de futuro, os riscos que envolvem o processo de empreender, o julgamento, os valores, as crenças e a forma de gerenciar os recursos humanos, materiais e financeiros que fazem parte do negócio. Ainda nesta visão, Denzin e Lincoln (1994) enfatizaram que essas são características que contribuem para uma maior compreensão do empreendedorismo, como também as pesquisas que são realizadas com os próprios autores que na prática exercem essa função.

No Brasil, o assunto empreendedorismo é recente. Prova disso é que somente em 2003 é que essa temática foi abordada no Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ENANPAD). Muitos autores até então, advertem que ainda não foi desenvolvido uma teoria própria sobre o fenômeno do empreendedorismo (AMIT et al., 1993; GREBEL et al., 2003), há muito o que pesquisar e entender sobre essa atividade.

Outros aspectos relacionados ao empreendedorismo, como gênero, idade, participação das mulheres e a forma como gerenciam seus empreendimentos devem ser estudados, pois são relevantes e necessários para compreensão deste fenômeno (GOMES et al., 2011;), além disso, o aspecto religião também gera impactos no comportamento e desenvolvimento do empreendedor (SERAFIM et al., 2010).

Outro ponto fundamental, é que, mesmo não sendo respaldado pela constituição do Brasil de 1988 e nem pela Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), mais que merece bastante atenção, é a necessidade do governo, universidades e centros de pesquisas, promoverem de forma gratuita e intensiva o ensino, pesquisa, extensão e aprendizado na área do empreendedorismo, (DA SILVA; SILVA, 2018; CUNHA; SANTOS 2006; NASSIF et al., 2012).

## METODOLOGIA

Com o objetivo de investigar e promover informações sobre a evolução do empreendedorismo no Brasil, tema que merece bastante atenção, esta pesquisa utilizou dados secundários obtidos através do estudo realizado pelo GEM, IBGE e SEBRAE, e teve por



finalidade, analisar e comparar o cenário do empreendedorismo no Brasil e a sua evolução entre os anos de 2002 a 2016 (últimos 15 anos).

O GEM, foi iniciado em 1999, através de uma parceria entre a London Business School e o Babson College. Atualmente esta pesquisa descreve bem a realidade do empreendedorismo mundial. Historicamente, este estudo, já compreendeu cerca de 100 países e atualmente representa a maior pesquisa sobre o empreendedorismo global.

A fonte de pesquisa realizada neste trabalho compreende o trabalho realizado pelo GEM (2016). Neste estudo participaram 66 países, com uma abrangência de 70% da população mundial, representando 83% do Produto Interno Bruto (PIB) global.

No Brasil, este estudo é realizado desde o ano de 2000, e tem como parceiro o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com o apoio técnico e financeiro do SEBRAE. No ano de 2011 o GEM ganha mais dois parceiros acadêmicos para fundamentar mais ainda este projeto, o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGVCenn) passa a colaborar com os dados da pesquisa, e ainda no mesmo ano de 2011 a Universidade Federal do Paraná (UFPR) também passou a apoiar as pesquisas e se uniu a FGV através de parcerias acadêmicas, passando a incorporar um caráter multi e interdimensional do empreendedorismo (SAUTET, 2013; SMALLBONE et al., 2013).

O GEM (2016) destaca-se em relação aos outros estudos sobre o empreendedorismo, por dois motivos: primeiro, pelo fato do estudo pesquisar o indivíduo empreendedor, desta forma, os dados da pesquisa são realizados diretamente com a fonte primária que é a própria pessoa que na prática empreende. Segundo diferencial é que o GEM utiliza amplo conceito de empreendedorismo, objetivando captar os diferentes tipos de empreendedorismo (formais ou informais), sejam os empreendimentos da base da pirâmide que representam os pequenos ou aqueles que estão relacionados a empreendimentos mais sofisticados de alto valor de mercado.

A primeira informação a ser analisada será sobre a taxa de empreendedorismo no Brasil no ano de 2016. Os dados obtidos foram analisados através da pesquisa com a população adulta entre 18 e 64 anos, classificadas como APS (Atenção Primária a Saúde). No segundo momento, serão analisadas as taxas gerais desses indivíduos. Esses dados gerais são classificados em subgrupos, e tem por finalidade dividir e verificar o estágio em que se encontra o empreendedor ou o motivo pelo qual o indivíduo buscou empreender. Os subgrupos são: taxa de empreendedorismo (TTE), taxa de empreendedorismo inicial (TEA: nascentes ou novos) e taxa de empreendedorismo estabelecido (TEE).

Para análise e tabulação dos dados obtidos e construção das tabelas e gráficos utilizou-se a ferramenta de software Excel versão 2016.

## ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Esta seção avalia os resultados obtidos, inicialmente sobre a taxa de empreendedorismo no Brasil no ano de 2016. Na sequência demonstra as taxas e estimativas gerais do empreendedorismo de 2002 a 2016, como: estágio dos empreendimentos; taxas de empreendimentos novos e nascentes; taxas de empreendimentos por oportunidade e por necessidade; características sociodemográficas dos empreendedores; faturamento anual e número de empregados dos empreendimentos iniciais e estabelecidos; distribuição percentual dos empreendimentos conforme setor de atuação, atributo inovação do produto ou serviço e mentalidade para empreender.





### Taxa de Empreendedorismo no Brasil

Segundos dados do GEM (2016), os empreendedores nascentes são aqueles que ainda não pagaram salário, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários em um período igual ou superior a três meses. Já os empreendedores novos, são aqueles que pagaram salários, geraram pró-labores, ou qualquer outra forma de remuneração para os proprietários por um período maior que três meses e menor que 42 meses. Os empreendedores estabelecidos são aqueles que administram e são proprietários de um negócio já consolidado e que já pagaram salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários em um período maior que 42 meses (3,5 anos).

Referente as motivações que levam um indivíduo a empreender, os dados foram classificados da seguinte forma: Empreendedorismo por oportunidades são aqueles que afirmaram ter iniciado um negócio motivados pela percepção de uma oportunidade no ambiente. Já os empreendedores por necessidade, são aqueles que afirmaram que o negócio surgiu em um momento de falta de opções de trabalho e renda.

Congregado, Millán e Román (2010) e Parker (2009) também identificaram esses dados em sua pesquisa, ao relatar que, ao aumentar a quantidade de desemprego no Brasil, aumenta o número de pessoas que procuram por um negócio próprio, evidenciando o fato da decisão ser embasada pela carência do momento vivenciada pelo indivíduo. Segundo Hashimoto et al. (2010), o que caracteriza o empreendedor por oportunidade é a percepção, identificação de uma ocasião, chance, oportunidade de ser dono do seu negócio, como também caracteriza aquele indivíduo que de forma planejada estava atento as oportunidades e desta forma se preparou antes para empreender.

As taxas específicas são avaliadas tendo como referência as subdivisões (estratos) dos dados totais, definidos para calcular a intensidade da atividade empreendedora em segmentos específicos da população como mulheres, grupos etários, níveis de escolaridade entres outros.

### Taxas e Estimativas Gerais do Empreendedorismo no Brasil

Em relação ao ano de 2016, a taxa de empreendedorismo para o Brasil (TTE) foi de 36,1%, correspondendo a 48,3 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos que estavam envolvidos na criação ou manutenção de algum negócio, na fase de empreendedor em estágio inicial ou estabelecido (Tabela 1).

Por sua vez, a taxa de empreendedorismo iniciais (TEA) de 2016 foi de 19,6%, apresentando redução em relação ao ano de 2015 que foi de 21,0%. A taxa de nascentes foi de 6,7% em 2015 e de 5,8% em 2016. Para empreendedores novos foi de 14,9% em 2015 e 13,8% em 2016, conforme mostram a Tabela 1 e os Gráficos 1 e 2.

**Tabela 1.** Taxas e estimativas de empreendedorismo considerando o estágio dos empreendimentos no Brasil no ano de 2016

ESTÁGIO	TAXAS ESTIMATIVAS	
Total população - ano 2016	207.753,93	
População entre 18 e 64 anos (64,4%)	133.858,06	
INICIAIS:	19,60%	26.236,18
· Nascentes	5,80%	7.763,77
· Novos	13,80%	18.472,41
ESTABELECIDOS	16,50%	22.086,58
<b>Total de empreendedores</b>	<b>36,10%</b>	<b>48.322,76</b>

Fonte: GEM Brasil (2016), adaptado pelos autores



Houve uma redução da taxa total de empreendedorismo (TTE), considerando o ano de 2015, quando a taxa foi de 39,3%. Esse impacto negativo na taxa de empreendedorismo, foi influenciada, principalmente, pela taxa de empreendedores estabelecidos (TTE), cuja variação foi de 18,9% no ano de 2015 para 16,5% em 2016.

Analisando os dados obtidos das taxas de empreendedorismo entre os anos de 2015 e 2016, temos as seguintes observações: houve redução na taxa de empreendedores estabelecidos, indicando que alguns negócios desse grupo foram encerrados; o aumento identificado na taxa de empreendedores novos sugere que alguns empreendimentos nascentes se tornaram novos entre 2015 e 2016 enquanto alguns dos novos encerraram suas atividades ou se tornaram estabelecidos; por outro lado, a evolução identificada na taxa de empreendedores nascentes, pode indicar desaceleração da atividade empreendedora, mas não estagnação, uma vez que qualquer nível de empreendedorismo para esse estágio significa que o movimento de criação de novos negócios está acontecendo, conforme apresentado no Gráfico 1 e 2.

Analisando a motivação dos empreendedores nascentes isoladamente da motivação dos novos, o cenário fica melhor definido. A proporção de empreendedorismo por necessidade aumentou em quatro pontos percentuais de 2015 a 2016, entre os empreendedores nascentes teve uma redução de nove pontos percentuais, demonstrando que o empreendedorismo por oportunidade aponta crescimento.

Para Soares e Bastos (2007), ser empreendedor requer vencer muitos desafios, sendo necessário ter conhecimento, planejamento e ousadia. Segundo os autores, um dado preocupante é referente ao elevado índice de desemprego no país, o que conduz as pessoas a buscarem meio de sobreviverem considerando a possibilidade de construir seu próprio negócio, o que caracteriza a tomada de decisão de empreender orientada pela necessidade, ou seja, são motivadas pela falta de alternativas e ofertas de trabalho e renda. Esses dados também foram evidenciados nas pesquisas dos autores: (FONTENELE, 2010; KARIMI et al., 2010; TEIXEIRA et al., 2011).

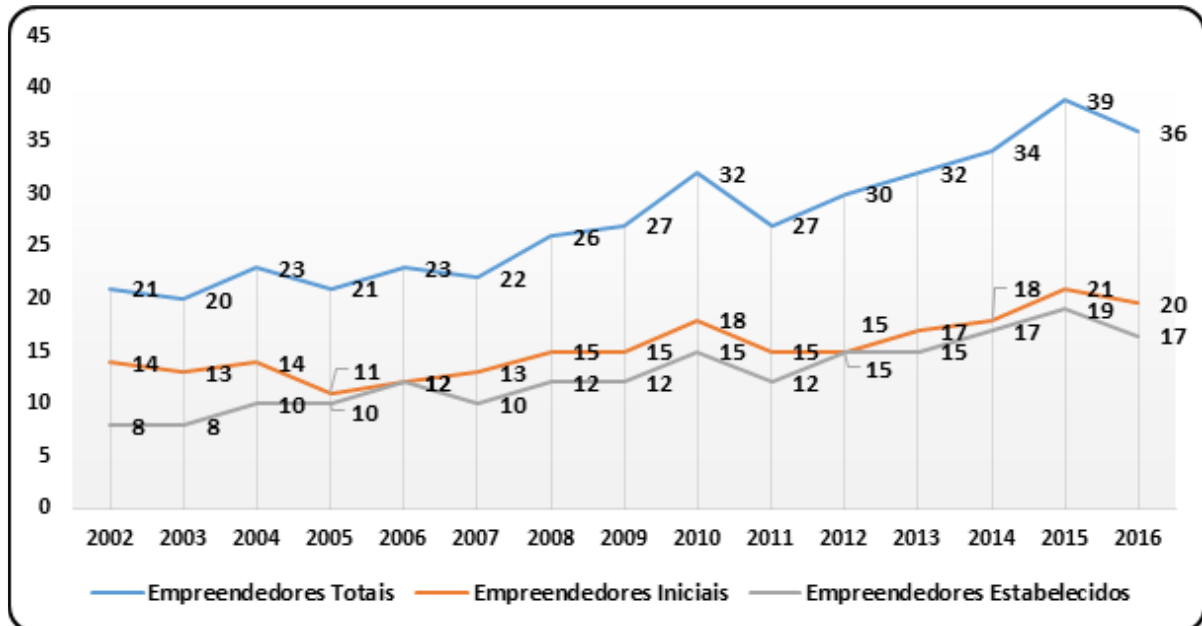
As pesquisas nacionais e internacionais buscam investigar os motivos que conduzem as pessoas a serem empreendedoras (UMMAH, 2009; BLOCK; WAGNER, 2010; KAUTONEN; PALMOROS, 2010; TOWNSEND et al., 2010; UMMAH; GUNAPALAN, 2012), versando-se sobre as temáticas necessidades versus oportunidades. Alguns trabalhos apresentaram verificações prévias no Brasil (NUTIN, 1984; VALE et al., 1998). O interesse por essa investigação ocorre segundo Lohrke e Landstrom (2010), pelo fato da expansão de experiências relacionadas ao empreendedorismo global, e os fatores externos, como políticas governamentais que passaram a estimular o empreendedorismo em vários países do mundo.

Pesquisas têm demonstrado que os indivíduos são motivados seja por necessidade ou por oportunidade, porém, não pelos dois motivos ao mesmo tempo. (BLOCK; SANDNER, 2009; BLOCK; WAGNER, 2010; WILLIAMS; ROUND, 2009; WILLIAMS et al., 2009). Para Aldrich e Cliff (2003), a oportunidade é um aspecto fundamental para o empreendedorismo. No entanto, observa-se alterações nos sistemas produtivos, na oferta de mão de obra e no mercado de trabalho, existindo uma mudança no perfil dos trabalhadores que buscam ser autônomos e montar seu próprio negócio (KON, 2001; PLEHN-DUJOWICH, 2013; SEBRAE, 2017). Para Zalio (2011), muitos indivíduos vislumbram na possibilidade de empreender como uma possibilidade de inserção social e profissional.



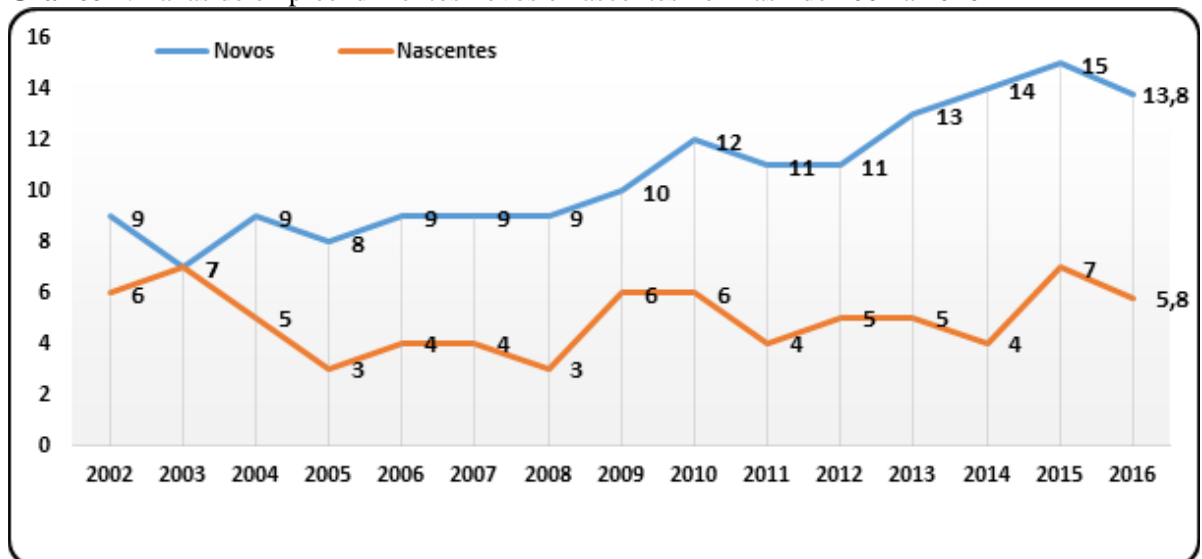


**Gráfico 1.** Taxa de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE, no Brasil de 2002 a 2016



Fonte. GEM (2016), adaptado pelos autores

**Gráfico 2.** Taxas de empreendimentos novos e nascentes no Brasil de 2002 a 2016



Fonte. GEM (2016), adaptado pelos autores

Alguns estudos partem do pressuposto (embora ainda não atestado) de que as motivações para empreender são de natureza mais complexa e multidimensional e extrapola o tema necessidade e oportunidade (SEBRAE, 2007a; 2007b; SIVAPALAN; BALASUNDARAM, 2012). O empreendedorismo está relacionado com estímulo do ambiente, oportunidades e necessidades, e as motivações podem ser múltiplas segundo Friedman (1986). Nesta mesma visão, algumas pesquisas e estudos de casos, demonstraram que os motivos vão além da necessidade e oportunidade, e em algumas situações prevaleceu a co-presença de ambos os motivos (WILLIAMS, 2008; WILLIAMS et al., 2009; WILLIAMS; ROUND, 2009).



Dessa forma, sugere-se que seja avaliado como tem sido a motivação dos indivíduos para empreender. Observa-se que em 2016 a proporção de empreendedores iniciais por oportunidade permanece a mesma de 2015 (57%), em média 10% menor do que as proporções observadas desde o ano de 2009. No entanto, o empreendedorismo por necessidade revela uma redução. Foram 42% de empreendedores que iniciaram um negócio por necessidade em 2016, contra 43% em 2015, conforme apresentado nas Tabelas 2 e Gráficos 3 e 4.

Vale (2014), salienta que o empreendedor possui uma visão oportunista, instigado por impulsos e pelo interesse social em criar um novo negócio, desencadeando transformações, progresso, evolução e crescimento econômico. Cada um desses valores representa a proporção dos empreendedores no respectivo estágio (nascentes ou novos) que iniciou o negócio por necessidade e não por oportunidade.

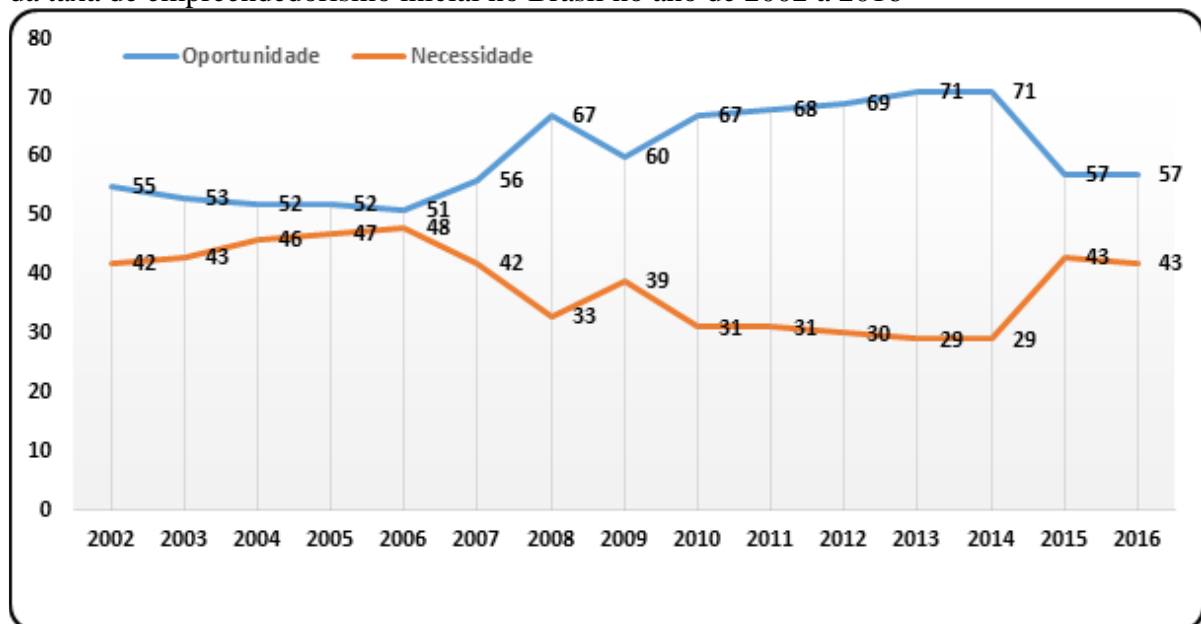
Pesquisa realizada pelo SEBRAE (2007a; 2007b), revelou que 70% dos entrevistados informaram ter aberto o negócio motivados pelo desejo de aumentar a renda; 60% informaram pelo desejo de ter seu próprio negócio e 40% pela identificação de oportunidade de negócio, observando-se que o percentual obtido nos motivos é superior ao total de respondentes (100%), comprovando que uma mesma pessoa informou ter sido motivada a ser empreendedora por mais de um motivo.

**Tabela 2.** Motivação dos empreendedores iniciais: taxas para oportunidades e necessidade, proporção sobre a TEA, estimativas e razão oportunidade e necessidade

TOTAL DA POPULAÇÃO - ano 2016		207.753,93	
POPULAÇÃO ENTRE 18 e 64 ANOS (64,4%)		133.858,06	
Motivação	Taxas	Percentual da TEA (iniciais)	Nº de empreendedores
Oportunidade	11,30%	57,70%	15.125,96
Necessidade	8,30%	42,30%	11.110,22
<b>Razão Oportunidade/Necessidade</b>		<b>1,4</b>	<b>26.236,18</b>

Fonte. GEM (2016), adaptado pelos autores

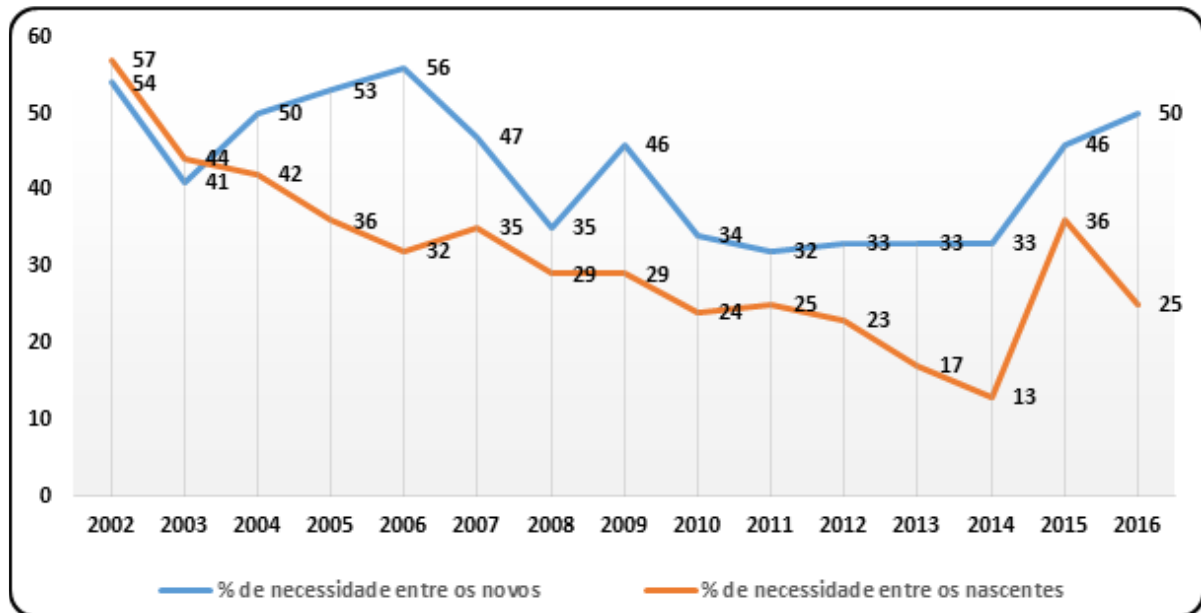
**Gráfico 3.** Taxas de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade como proporção da taxa de empreendedorismo inicial no Brasil no ano de 2002 a 2016



Fonte. GEM, IBGE, Banco do Brasil e Ipeadata (2016), adaptado pelos autores



**Gráfico 4.** Proporção do empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores nascentes e novos no Brasil no ano de 2002 a 2016



Fonte. GEM (2016), adaptado pelos autores

Pesquisa realizada por Vale et al. (1998) envolvendo 775 indivíduos empreendedores no estado de Minas Gerais, também demonstrou que os motivos são múltiplos existindo a copresença de mais de um motivo por pessoa. Essas evidências também são encontradas no trabalho de Valarelli e Vale (1997) que realizaram um estudo na cidade do Rio de Janeiro em empreendimentos populares.

No entanto, em todas as pesquisas realizadas a temática motivação por necessidades e oportunidades são assinaladas pelos entrevistados com maior intensidade, ou seja, esses são dois fatores principais que levam as pessoas a buscarem o empreendedorismo (MCCLELLAND, 1971; BIRLEY; MUZYKA, 2001; BARROS; PEREIRA, 2008).

A Tabela 3 demonstra a intensidade da atividade empreendedora no Brasil no ano de 2016, segundo estratos da população para empreendedores iniciais (TEA) e empreendedores estabelecidos (TEE), além das taxas específicas como, gênero, faixa etária, renda e escolaridade.

Os dados obtidos demonstraram que nos estágios iniciais do empreendedorismo o gênero masculino (48,5%) e feminino (51,5%) são igualmente ativos e não representam diferenças substanciais. Nos empreendimentos mais altos e em estágios estabelecido os homens (57,3%) estão em maior quantidade do que as mulheres (42,7%). No cenário histórico geral, há uma crescente atuação da mulher na economia do país através da atividade do empreendedorismo (TEIXEIRA, 2008; NATIVIDADE, 2009; GOUVÊA et al., 2013). Esses dados refletem o aumento do espaço das mulheres na sociedade e no desenvolvimento da economia (FRANCO, 2014).

Quanto à faixa etária relacionada aos empreendimentos iniciais, os indivíduos com idade entre 18 anos (19,7%) aos 34 anos (30,3%) são mais ativos (50,0%) e os indivíduos na faixa dos 55 aos 64 anos (10,4%) são os menos ativos. Referente aos empreendimentos já estabelecidos os indivíduos entre 45 aos 64 anos (45,7%) são os mais ativos e os indivíduos entre 18 aos 24 anos (6,2%) representam menor quantidade.



Relacionado a educação formal dos empreendedores, temos a seguinte informação: nenhuma educação formal e primeiro grau incompleto, iniciais (27,4%) e estabelecidos (29,2%); primeiro grau completo e segundo grau incompleto, iniciais (19,9%) e estabelecidos (26,2%); segundo grau completo e superior incompleto, iniciais (46,4%) e estabelecidos (38,1%); superior completo e especialização incompleta e completa, iniciais (6,3%) e estabelecidos (6,4%).

A baixa escolaridade dos empreendedores, perante ao dinamismo do atual mercado, pode ser um fator limitante ao desenvolvimento e sobrevivência dos negócios na atualidade (SEIKKULA-LEINO et al., 2015; TONY, 2016).

**Tabela 3.** Características sociodemográficas dos empreendedores no Brasil 2016

ESTRATOS DA POPULAÇÃO ENTRE 18 e 64 ANOS	% DE EMPREENDEDORES	
	TEA (iniciais)	TEE (estabelecidos)
Total população em 2016 = 207,7 * 64,4% = 133,8		
<b>Gênero</b>		
Masculino	48,50%	57,30%
Feminino	51,50%	42,70%
<b>Faixa etária</b>		
18 a 24 anos	19,70%	6,20%
25 a 34 anos	30,30%	17,90%
35 a 44 anos	22,90%	30,10%
45 a 54 anos	16,60%	26,50%
55 a 64 anos	10,40%	19,20%
<b>Renda R\$</b>		
1 salário mínimo	13,70%	9,70%
2 salários mínimos	28,80%	21,10%
3 salários mínimos	28,50%	29,20%
Mais de 3 até 6 salários mínimos	25,40%	34,60%
Mais de 6 salários mínimos	3,50%	5,30%
<b>Nível de escolaridade</b>		
Nenhuma educação formal e primeiro grau incompleto	27,40%	29,20%
Primeiro grau completo e segundo grau incompleto	19,90%	26,20%
Segundo grau completo e superior incompleto	46,40%	38,10%
Superior completo e especialização incompleta e completa	6,30%	6,40%

**Fonte.** GEM (2016), adaptado pelos autores

Drucker (2002), Hisrich et al. (2014) e Dornelas (2015) enfatizaram que o foco dos pesquisadores sobre o fenômeno empreendedor evoluiu e se ampliou para ênfase na figura da pessoa, a qual se tornou mais relevante que sua ocupação. Dessa forma, os autores relatam que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa, e que o sucesso está relacionado com uma série de fatores internos e externos ao negócio.

Nesta visão, a educação formal, contribui para uma melhor formação dos empreendedores na busca por competitividade, utilização de ferramentas, técnicas e processos que auxiliam na administração e tomada de decisão do negócio (MARITZ; BROWN, 2013; NAIA, et al., 2015; YUSOFF et al., 2015).

A Tabela 4, apresenta a distribuição dos empreendedores segundo características dos empreendimentos em estágio inicial identificados em 2016, revelando que este tipo de negócios



tem em média até 6 empregados e faturamento inferior a R\$ 100.000,00 por ano. Destes, 30,6% ainda não haviam tido nenhum faturamento e, 60,1% faturaram entre R\$ 12.000,00 e R\$ 24.000,00 e 7,5% entre R\$ 24.000,00 e R\$ 100.000,00 ao ano. 52% dos empreendedores afirmaram não ter empregados.

A combinação dos dados sobre o número de empregados e faturamento anual, revela que 92,6% dos empreendedores podem ser enquadrados como microempreendedor individual (MEI), ou seja, faturam no máximo R\$ 60.000,00 por ano e não tem mais do que 1 empregado. Esse percentual é demonstrado na Tabela 4 na cor laranja.

Tabela 4. Faturamento anual e número de empregados dos empreendedores iniciais - Brasil - ano 2016

Faturamento	% de empreendedores		Número de empregados		
	estabelecidos	Não informado	Não tem empregados	1	De 2 a 6
Não informaram faturamento.	1,80%	0,30%	0,60%	0,30%	0,60%
Ainda não teve faturamento.	30,60%	28,80%	1,60%	0,20%	0,00%
Até R\$ 12.000,00 (+- 1.000,00 mês).	45,70%	2,30%	38,70%	3,20%	1,50%
De R\$ 12.000,00 a R\$ 24.000,00 (+ de R\$1.000,00 até R\$ 2.000,00 mês).	14,40%	1,00%	8,80%	2,90%	1,70%
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00 (+ de R\$ 2.000,00 até R\$ 3.000,00 mês).	5,30%	0,50%	2,00%	1,40%	1,40%
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00 (+ de R\$ 3.000,00 até R\$ 4.000,00 mês).	1,30%	0,00%	0,00%	0,50%	0,70%
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00 (+ de R\$ 4.000,00 até R\$ 5.000,00 mês).	0,70%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%
De R\$ 60.000,01 a R\$ 100.000,00 (+ de R\$ 5.000,00 até R\$ 8.333,33 mês).	0,30%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%
Acima de R\$ 100.000,01 (+ de R\$ 8.333,33 mês).	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>32,90%</b>	<b>52,00%</b>	<b>9,20%</b>	<b>5,90%</b>

Fonte: GEM (2016), adaptado pelos autores

A Tabela 5, demonstra a distribuição dos empreendedores segundo características dos empreendimentos estabelecidos identificados em 2016, demonstrando que este tipo de negócio possui, menos de 10 empregados e faturamento inferior a R\$ 240.000,00 ao ano. Estes dados indicam que os empreendimentos estabelecidos e com maior tempo de existência apresentam maiores chances de terem maior faturamento e capacidade de geração de empregos. Do total de empreendimentos estabelecidos 79% faturaram até R\$ 24.000,00 em um ano e 17% faturaram entre R\$ 24.000,00 e R\$ 100.000,00.

Um dado que chama bastante a atenção é referente a quantidade de empregados nos empreendimentos estabelecidos, 70,0% afirmaram não ter empregados. Esses dados demonstram que a maioria dos empreendimentos estabelecidos é formada por trabalhadores autônomos e uma boa parte trabalha com mão de obra informal. Ao considerar-se o faturamento anual dos empreendimentos estabelecidos e o número de empregados, podemos inferir que 84,1% (cor laranja da Tabela 5) têm características de microempreendedor individual (MEI), ou seja, faturam no máximo R\$ 60.000,00 ao ano, tendo apenas um empregado.

A Tabela 6, apresenta a distribuição percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos segundo o setor de atividade econômica de seus empreendimentos. Os dados obtidos demonstram que 74% dos empreendedores iniciais atuam no setor de serviços e somente 56% dos estabelecidos atuam neste mesmo setor. 42% dos empreendimentos estabelecidos estão na indústria de transformação e 24% dos iniciais também atual no mesmo segmento.



**Tabela 5.** Faturamento anual e número de empregados dos empreendedores estabelecidos - Brasil - ano 2016

Faturamento	% de empreendedores estabelecidos	Número de empregados				
		Não informaram	Não tem	1	De 2 a 6	De 7 a 10
Não informaram faturamento	2,90%	0,20%	1,30%	0,30%	1,10%	0,00%
Até R\$ 12.000,00 (+ 1.000,00 mês).	50,20%	1,10%	39,70%	5,90%	3,40%	0,00%
De R\$ 12.000,00 a R\$ 24.000,00 (+ de R\$1.000,00 até R\$ 2.000,00 mês).	28,80%	0,30%	19,90%	5,60%	2,70%	0,30%
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00 (+ de R\$ 2.000,00 até R\$ 3.000,00 mês).	7,70%	0,00%	4,90%	1,80%	1,10%	0,00%
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00 (+ de R\$ 3.000,00 até R\$ 4.000,00 mês).	4,00%	0,00%	2,20%	0,40%	1,40%	0,00%
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00 (+ de R\$ 4.000,00 até R\$ 5.000,00 mês).	3,20%	0,00%	1,40%	0,90%	0,90%	0,00%
De R\$ 60.000,01 a R\$ 100.000,00 (+ de R\$ 5.000,00 até R\$ 8.333,33 mês).	2,00%	0,00%	0,60%	0,60%	0,40%	0,40%
Acima de R\$ 100.000,01 (+ de R\$ 8.333,33 até R\$ 20.000,00 mês).	1,20%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,00%
Acima de 240.000,00 (+ de R\$ 20.000,00 mês).	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1,60%</b>	<b>70,00%</b>	<b>15,50%</b>	<b>12,20%</b>	<b>0,70%</b>

Fonte. GEM (2016), adaptado pelos autores

**Tabela 6.** Distribuição percentual dos empreendimentos TEA e TEE conforme setor de atuação

SETOR DE ATIVIDADE ECONÔMICA	% de empreendedores	
	TEA (iniciais)	TEE (estabelecidos)
Setor extrativo	2,10%	2,00%
Indústria de transformação	24,00%	42,00%
Serviços orientados para negócio	5,00%	4,50%
Serviços orientados para o consumidor	69,00%	51,40%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte. GEM (2016), adaptado pelos autores

A Tabela 7 traz a avaliação do nível de inovação dos empreendimentos, considerando fatores como, novidade do produto, nível de concorrência, tecnologia recente e consumidores no exterior. Os dados demonstram que os empreendimentos iniciais estão mais envolvidos com negócios diferenciados no quesito concorrência. 48,5% dos empreendimentos iniciais tem poucos ou nenhum concorrente, enquanto para os estabelecidos, essa proporção é de 32,1%.

**Tabela 7.** Distribuição percentual dos empreendedores TEA e TEE com relação ao atributo inovação do produto ou serviço

SETOR DE ATIVIDADE ECONÔMICA	% de empreendedores
	TEA (iniciais)
Setor extrativo	2,10%
Indústria de transformação	24,00%
Serviços orientados para negócio	5,00%
Serviços orientados para o consumidor	69,00%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fonte. GEM (2016), adaptado pelos autores





A Tabela 8, apresenta a mentalidade da população entre 18 e 64 sobre empreender. As informações demonstram que apesar das dificuldades políticas e econômicas do Brasil em 2016, as proporções referentes a mentalidade para empreender apresentam-se positivas, com pequena variação comparando o ano de 2015 sobre a motivação para empreender.

**Tabela 8.** Percentual da população entre 18 a 64 anos segundo a mentalidade para empreender

Percepção	2015	2016	Variância Padrão	Varição
Afirmam que desejam ter seu próprio negócio.	34,50%	31,70%	0,0002	▼
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos.	51,70%	41,30%	0,0027	▼
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.	42,40%	40,20%	0,00012	▼
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.	58,30%	53,60%	0,00055	▼
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que comesçassem um novo negócio.	50,50%	57,60%	0,00126	▲

**Fonte.** GEM (2016), adaptado pelos autores

Em comparação ao ano de 2015, as informações do ano de 2016 revelam que é menor o número de pessoas que sonham ter seu próprio negócio ou que visualizam boas oportunidades de negócios no ambiente em que estavam inseridas. Dessa forma, um dado bastante curioso e de certa forma positivo, é que 57,6% das pessoas não se sentiriam impedidas de iniciar um negócio por ter medo do fracasso, esse dado é maior que o obtido no ano de 2015 que foi de 50,5%.

Vesper e Gartner (1997) destacaram que o empreendedor nos processos iniciais e principalmente quando se busca o desenvolvimento e expansão do negócio, tenha consciência e conhecimento sobre a relevância da gestão e do planejamento dos recursos que são básicos, como: dinheiro, pessoas, informações sobre o mercado, política e economia, esses são fatores estratégicos e que provocam impactos diretamente no sucesso ou fracasso do empreendimento.

Drucker (1986) já sinalizava que a inovação é um objeto essencial para os empreendedores, motivo pelo qual ocorre a exploração dos meios que possibilitam as mudanças e o surgimento de oportunidades para criação de um negócio ou de um serviço.

Entretanto, sabe-se das dificuldades e desafios diante da realidade brasileira, referente ao ambiente econômico, político e pela falta de investimento, apoio e estrutura, fatores estes que geram impactos negativos para o setor de inovação, que é um fator essencial para o crescimento e desenvolvimento do empreendedorismo (BAKAR, et al., 2015; DA SILVA; SCHLAG, 2017; DA SILVA; SILVA, 2018). Esse atraso, é consequência de uma trajetória e falta de incentivos ao desenvolvimento tecnológico, no qual está inserido o parque industrial brasileiro, que em muitos momentos está fundamentado no modelo de importações e que não incentiva e tão pouco financia o desenvolvimento tecnológico e inovador do Brasil (BAKAR, et al., 2015; DA SILVA; SCHLAG, 2017; DA SILVA; SILVA, 2018).

Ainda assim, apesar dessa defasagem, o empreendedorismo tem-se demonstrado importante prática para todos os setores, tanto para o de tecnologia quanto para os tradicionais, como também para pequenos ou grandes organizações, todos cooperam para o crescimento econômico e social do país (CRISTIAN-AURELIAN; CRISTINA, 2012; QIAN; HAYNES, 2014; DA SILVA; SILVA, 2018).



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou responder a seguinte indagação: Perante as diversas mudanças ocorridas no cenário político, econômico e social no Brasil e no mundo, qual é a evolução e estágio atual do empreendedorismo brasileiro, considerando o período de 2002 a 2016?

Os resultados da pesquisa apontam uma análise descritiva quanto à taxa de empreendedores novos e nascentes, taxa de empreendedorismo segundo estágio do empreendedor (inicial e estabelecido), bem como, a taxa de empreendedorismo iniciais segundo sua motivação (por oportunidade ou necessidade), empreendedores segundo gênero, faixa etária e grau de escolaridade.

Este estudo mostrou que o Brasil, nos últimos anos (2002 a 2016) apresentou um crescimento significativo em relação ao empreendedorismo, assim como avanço da contribuição do sexo feminino na economia, aumento do empreendedorismo por oportunidade. Além disso, observou-se estabilidade e maior período de sobrevivência dos negócios já existentes. Destaca-se também, que o desenvolvimento da economia brasileira é em sua maioria gerado pelas micro e pequenas empresas, que ao iniciarem as atividades do empreendedorismo, contribuem para a geração de emprego, refletindo positivamente na economia.

Como contribuição, esta pesquisa apresenta para o público em geral e especialmente para as pessoas que se lançam ao empreendedorismo, contribuições de cunho gerencial, ao destacar-se a compreensão de que os empreendimentos não podem apenas buscar reproduzir ou imitar algo já existente, é necessário ter um diferencial, ou seja, uma inovação. Para melhor compreensão da atividade empresarial, sugere-se que os empreendedores procurem uma maior educação formal, ou seja, antes de iniciarem seus empreendimentos, busquem clareza sobre como planejar, coordenar, dirigir e controlar os recursos necessários ao empreendimento (DA SILVA; SILVA, 2018).

Para trabalhos futuros, sugere-se: uma avaliação sobre a atividade empresarial por estado ou regiões do país; comparação entre outras nações; verificação dos investimentos que foram necessários para realização da atividade empresarial.

## REFERÊNCIAS

ALDRICH, H. E.; CLIFF, J. E. The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573–596. (2003). doi: 10.1016/S0883-9026(03)00011-9.

AMIT, R.; GLOSTEN, L.; MULLER, E. Does venture capital foster the most promising entrepreneurial firms? *California Management Review*, primavera, v.32, p.103. (1990).

BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. A. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. *Revista de Administração Contemporânea*, 12(4), 975-993. (2008).

BAKAR, R.; ISLAM, M. A.; LEE, J. Entrepreneurship Education: experiences in selected countries. *International Education Studies*, 8(1), 88-99. (2015).

BIRLEY, S.; MUZYKA, D. F. Dominando os desafios do empreendedor. São Paulo: Makron Books. (2001).



BLOCK, J. H.; SANDNER, P. Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data. *Journal of Industry Competition and Trade*, 9(2), 117-137. (2009). doi: 10.1007/s10842-007-0029-3

BLOCK, J. H.; WAGNER, M. Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials. *Schmalenbach Business Review*, 62(2), 154-174. (2010).

BRUNEAU, J.; MACHADO, H. V. Empreendedorismo nos países da América Latina baseado nos indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Panorama Socioeconómico*. v. 24, n.33, p. 18-25. (2006).

BRUTON, G.; AHLSTROM, D.; Li, H. Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421-440. (2010). doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00390.x

CONGREGADO, E.; MILLÁN, J.; ROMÁN, C. From own-account worker to job creator. *International Review of Entrepreneurship*, 8(4), 277-302. (2010).

CUNHA, N. C. V.; SANTOS, S. A. As práticas gerenciais adotadas nas empresas líderes em inovação para promover o empreendedorismo corporativo. *Anais do Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica*, Gramado, RS, Brasil, 24. (2006).

CRISTIAN-AURELIAN, P.; CRISTINA, S. P. Entrepreneurship Education and e-learning: A Perfect Match. *Journal of Electrical and Electronics Engineering*, v. 5, n. 1, p. 203. (2012).

DA SILVA, J. A. B.; SCHLAG, F. Aspectos tangíveis e intangíveis na definição de qualidade do transporte público. In: ANAIS DO SEMINÁRIO DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO, ENSINO E EXTENSÃO DO CAMPUS ANÁPOLIS DE CSEH (SEPE), 3, n. 1. Anais... 2017.

DA SILVA, J. A. B. Customer service logistics como estratégia organizacional: um estudo de caso em uma multinacional. *Brazilian Journal of Production Engineering*, v. 4, n. 4, p. 226-244, 2018.

DA SILVA, J. A. B.; SILVA, S. Critérios de qualidade em serviços de transporte público urbano: uma contribuição teórica. *Brazilian Journal of Production Engineering*, v. 4, n. 1, p. 83-98. 2018.

DA SILVA, José Alan Barbosa; SCHLAG, Fabricio; SILVA, Solange da. Trade-offs de custos logísticos: uma avaliação de conhecimento em uma multinacional. *Revista Produção Online*, Florianópolis, v. 19, n. 1, p. 179-202, mar. 2019. ISSN 16761901. Disponível em:

<<https://www.producaoonline.org.br/rpo/article/view/3176>>. Acesso em: 23 mar. 2019. doi:<https://doi.org/10.14488/1676-1901.v19i1.3176>.

DA SILVA, J. A. B.; SCHLAG, F.; SOLANGE, S. Trade-offs de custos logísticos: uma avaliação de conhecimento em uma multinacional. *Revista Produção Online*, Florianópolis, v. 19, n. 1, p. 179-202, mar. 2019. ISSN 16761901. doi:<https://doi.org/10.14488/1676-1901.v19i1.3176>.



DA SILVA, J. A. B. Métodos e práticas colaborativas na cadeia de suprimentos: revisão de literatura. NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. ISSN - 2237-4558. v. 10. n. 2, p. 76-91, abr. 2019.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. Introduction: Entering the field of qualitative research. In: DENZIN, Norma K., & LINCOLN, Yvonna S. (Ed.). Handbook of Qualitative Research, Thousand Oaks: Sage Publications. (1994).

DOLABELA, F. Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura. (1999).

DOLABELA, F. Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante. (2008).

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier. (2001).

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo. Rio de Janeiro: Elsevier. (2003).

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier. (2008).

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier. (2011).

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. (5a ed.). Rio de Janeiro: Empreende / LTC. (2015).

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: políticas e princípios. São Paulo: Pioneira. (1986).

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor (Entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thompson. (2002).

EVANS, R. S.; PARKS, J.; NICHOLS, S. The Idea to Product® Program: An Educational Model Uniting Emerging Technologies, Student Leadership and Societal Applications. International Journal of Engineering Education, v. 23, n. 1, p. 95-104. (2007).

FILION, L. J. Empreendedores e proprietários de pequenos negócios. Revista USP – Revista da Administração, São Paulo, p.5-28. (1999).

FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: Processos distintos, porém complementares. RAE-Revista de Administração de Empresas, 40(3), 2-7. (2000). doi:10.1590\_S0034-75902000000300012

FONTENELE, R. E. S. Empreendedorismo, Competitividade e Crescimento Econômico: Evidências Empíricas. RAC – Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v.14, n. 6, p. 1094-1112, nov./dez. (2010).



FRANCO, M. M. S. Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas. Anais. Goiânia: EGEPE. (2014).

FRIEDMAN, R. E. Entrepreneurial renewal in the industrial city. *Annals of the American Academic Political Science*, 488(1), 35-46. (1986). doi: 10.1177/0002716286488001003.

GOMES, D. T.; GUERRA, P. V.; VIEIRA, B. N. O desafio do empreendedorismo feminino. Anais... EnANPAD, Rio de Janeiro, 35. (2011).

GIL, A. C.; SILVA, S. P. M. O método fenomenológico na pesquisa sobre empreendedorismo no Brasil. *Revista de Ciências da Administração*, v. 17, n. 41. (2015).

GOUVÊA, A. B. C. T.; SILVEIRA, A.; MACHADO, H. P. V. Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, São Paulo, v. 2, n.2, p. 32-54, maio./ago. (2013).

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Empreendedorismo no Brasil. (2016). Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2018.

GREBEL, T.; PYKA, A.; HANUSCH, H. An evolutionary approach to the theory of entrepreneurship. *Industry and Innovation*, v. 10, n.4, p. 493–514. (2003).

HASHIMOTO, M.; ANDREASSI, T.; ARTES, R.; NAKATA, L. E. Relações entre intra-empreendedorismo, clima organizacional e desempenho financeiro – um estudo sobre as melhores empresas para se trabalhar no Brasil. Anais... EnANPAD, Rio de Janeiro, 34. (2010).

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. Empreendedorismo. (9a ed.). (F. A. Costa, Trad.). Porto Alegre: AMGH. (2014).

KARIMI, S., et al. Entrepreneurship education in Iranian higher education: The current state and challenges. *European Journal of Scientific Research*, v. 48, n. 1, p. 35-50. (2010).

KAKOURIS, A.; GEORGIADIS, P. Analysing entrepreneurship education: a bibliometric survey pattern. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 1-18. (2016).

KAUTONEN, T.; PALMROOS, J. The impact of a necessity-based start-up on subsequent entrepreneurial satisfaction. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 285-300. (2010). doi: 10.1007/s11365-008-0104-1

KELLEY, D. J.; SINGER, S.; HERRINGTON, M. Global report. London: The Global Entrepreneurship Monitor. (2011). Disponível em: <[www.gemconsortium.org/docs/download/2201](http://www.gemconsortium.org/docs/download/2201)>. Acesso em: 25 mar. 2018.

KON, A. Perfil dos trabalhadores por conta própria no Brasil (Relatório de Pesquisa nº 31/2001). (2001). Recuperado de





<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/3122/Rel%2031-2001.pdf?sequence=1>.

LAMBING, P. A.; KUEHL, C. R. *Entrepreneurship*. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall. (2007).

LOHRKE, F.; LANDSTROM, H. History matters in entrepreneurship research. In H. Landström & F. Lohrke (Eds.), *Historical foundations of entrepreneurship research* (pp. 1-14). Massachusetts: Edward Elgar Publishing. (2010).

MARITZ, P. A.; BROWN, C. Illuminating the black box of entrepreneurship education programs. *Education + Training*, 2(3), 234-252. (2013).

MEZA, M. L. F. G et al. O perfil do empreendedorismo nos países latino-americanos na perspectiva da capacidade de inovação. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, v. 2, n. 2, p. 58-75. (2008).

MCCLELLAND, D. C. *Entrepreneurship and Achievement Motivation*. In Lengyel, P. (Ed.). *Approaches to the Science of Socioeconomic Development*. Paris: U.N.E.S.C.O. (1971).

NAIA, A.; BAPTISTA, R.; JANUARIO, C.; Trigo, V. Entrepreneurship education literature in the 2000s. *Journal of Entrepreneurship Education*, 18(31), 111-136. (2015).

NASSIF, V. M. J.; AMARAL, D. J.; PRANDO, R. A. A universidade desenvolve competências empreendedoras? Um mapeamento das práticas de ensino numa universidade brasileira. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 13(3), 597-597. (2012).

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. *Revista de Administração Pública*, v. 43, n. 1, p. 231-256. (2009).

NOGAMI, V. K. C.; MACHADO, H. V. Atividade Empreendedora nos Países do BRIC: uma análise a partir dos relatórios do GEM no período de 2000 a 2010. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, v. 5, n. 3, p. 114-128. (2011).

NOGAMI, V. K. C.; MACHADO, H. V. Análise da Atividade Empreendedora dos Países Ibero Latino Americanos de Acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Latin American Journal of Business Management*, v. 5, n. 1, p. 83-108. (2014).

PARKER, S. *The economics of entrepreneurship*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. (2009).

PEDROSO, J. P. P.; MASSUKADO-NAKATANI, M. S.; MUSSI, F. B. A relação entre o jeitinho brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. *Revista de Administração Mackenzie - RAM*, v. 10, n. 4, p. 100-130. (2009).

PFEIFER, S.; SARLIJA, N. The Relationship between Entrepreneurial Activities, National and Regional Development and Firm Efficiency - Global Entrepreneurship Monitor (GEM)-based Evidence from Croatia. *Journal of Entrepreneurship*, v.19, n. 1, p. 23-41. (2010).





PLEHN-DUJOWICH, J. M. (n.d.). The dynamic relationship between entrepreneurship, unemployment, and growth: evidence from U.S. industries. (2013). Recuperado de <http://www.sba.gov/sites/default/files/rs394tot.pdf>.

QIAN, H.; HAYNES, K. E. Beyond innovation: the Small Business Innovation Research program as entrepreneurship policy. *The Journal of Technology Transfer*, v. 39, n. 4, p. 524-543. (2014). <http://dx.doi.org/10.1007/s10961-013-9323-x>.

ROMÁN, C.; CONGREGADO, E.; MILLÁN, J. Start-up incentives: Entrepreneurship policy or active labour market programme? *Journal of Business Venturing*, 28(1), 151–175. (2013). doi:10.1016/j.jbusvent.2012.01.004

RUDA, W.; MARTIN, T. A.; DANKO, B. Comparing Start-up Propensities and Entrepreneurship Characteristics of Students in Russia and Germany. *Acta Polytechnica Hungarica*, v. 9, n. 3. (2012).

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de MPE (unidades de federação: São Paulo). Brasília: Autor. (2007a).

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de MPE (unidades de federação: Minas Gerais). Brasília: Autor. (2007b).

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Os donos de negócios no Brasil, por regiões e por unidades da federação. (Série Estudos e Pesquisas). Brasília: Sebrae. (2017).

SANDU, P. Entrepreneurship in emerging economies: evidence from the global entrepreneurship monitor. *Review of Business Research*, v. 8, n. 1, p. 161-169. (2008).

SAUTET, F. Local and Systemic Entrepreneurship: Solving the Puzzle of Entrepreneurship and Economic Development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 37, n. 2, p.387-402. (2013).

SEIKKULA-LEINO, J.; et al. How do Finnish teacher educators implement entrepreneurship education? *Education + Training*, 57(4), 392- 404. (2015).

SERAFIM, M. C.; MARTES, A. C. B.; RODRIGUEZ, C. L. Segurando na mão de Deus: organizações religiosas e estruturas de suporte ao empreendedorismo. *Anais... EnANPAD*, Rio de Janeiro, 34. (2010).

SILVA, A. C. C. J.; FURTADO, J. H.; ZANINI, R. R. Evolução do empreendedorismo no Brasil baseada nos indicadores do global entrepreneurship monitor (GEM). *Revista Produção Online*, 15(2), 758-780. (2015). doi:<https://doi.org/10.14488/1676-1901.v15i2.1940>.

SIVAPALAN, A.; BALASUNDARAM, N. Level of entrepreneurial intention of the management undergraduates in the University of Jaffna, Sri Lanka: scholars and undergraduates perspective. *South Asian Academic Research Journals*, 2(10), 24-42. (2012).



SOARES, A. P.; BASTOS, D. Empreendedorismo e planejamento: um estudo sobre a utilização do plano de negócios nas pequenas e médias empresas. In: SIMPÓSIO DE GESTÃO E ESTRATÉGIA EM NEGÓCIOS, 5, 2007, Seropédica/RJ. Anais... Seropédica/RJ: SIMGEN. (2007).

SOUZA, E. C. L.; LOPEZ JÚNIOR, G. S. Empreendedorismo e desenvolvimento: uma relação em aberto. *Revista de Administração e Inovação*, v. 8, n. 3, p.120-140. (2011).

SHANE, S. Reflections on the 2010 AMR decade award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, v. 37, n. 1, p. 10-20. (2012).

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, v. 25, n.1, p. 217-227. (2000).

SMALLBONE, D.; WELTER, F.; ATELJEVIC, J. Entrepreneurship in emerging market economies: Contemporary issues and perspectives. *International Small Business Journal*, v. 32, n. 2, p. 113 –116. (2013).

THAI, M.; TURKINA, E. Macro-level determinants of formal entrepreneurship versus informal entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 490–510. (2014). doi:10.1016/j.jbusvent.2013.07.005

TEIXEIRA, E. B.; VITCEL, M. S.; LAMPERT, A. L. Iniciação científica: desenvolvendo competências e habilidades na formação do administrador. *Revista de Estudos de Administração*, 8(16), 115-144. (2008).

TEIXEIRA, R. M.; et al. Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. *Revista de Gestão, São Paulo – SP, Brasil*, v. 18, n. 1, p. 3-18, jan/mar. (2011).

TONY, O. A. Entrepreneurship education: challenges and implications for educators in Higher Education Institutions. *International Journal of Information, Business and Management*, 8(2), 307-324. (2016).

TOWNSEND, D. M.; BUSENITZ, L. W.; ARTHURS, J. D. To start or not to start: outcome and ability expectations in the decision to start a new venture. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 192-202. (2010). doi: 10.1016/j.jbusvent.2008.05.003.

UMMAH, S. Entrepreneurial motivation and self-employment intention: an empirical study on management undergraduates in Sri Lanka. *Journal of Management*, 5(1), 87-96. (2009).

UMMAH, S.; GUNAPALAN, S. Factors influencing on entrepreneurial success: an empirical study on women headed families in Ampara and Batticaloa districts in Sri Lanka. *International Journal of Business, Economics and Law*, 1(1), 141-148. (2012).

VALARELLI, M. M.; VALE, G. M. V. Informalidade e cidadania: empreendimento informais no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: IBASE. (1997).



VALE, G. M. V.; AGUIAR, M. A. S.; ANDRADE, N. A. Fatores condicionantes da mortalidade de empresas. Brasília: Edições Sebrae. (1998).

VALE, G. M. V. Empreendedorismo, marginalidade e estratificação social. Revista de Administração de Empresas, v. 54, n. 3, p. 310-321. (2014).

VIEIRA, S. F. A.; et al. Ensino de empreendedorismo em Cursos de Administração: um levantamento da realidade brasileira. Revista de Administração FACES Journal, 12(2), 93-114. (2013).

VIEIRA, S. F. A.; et al. A visão dos estudantes universitários de Administração sobre empreendedorismo: comparações entre o Estudo Guesss Brasil 2011 com o levantamento realizado na Universidade Estadual de Londrina- PR. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 3(3), 77-103. (2014).

WADHWANI, R. D. How Entrepreneurship Forgot Capitalism: entrepreneurship teaching and research in business schools. Journal of Society, 49(3), 223-229. (2012).

WILLIAMS, C. C. The motives of off-the-books entrepreneurs: necessity-or opportunity-driven? Springer Science, 5(2), 203-217. (2008). doi: 10.1007/s11365-008-0098-8

WILLIAMS, C. C.; ROUND, J. Evaluating informal entrepreneurs' motives: evidence from Moscow. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 15(1), 94-107. (2009). doi: 10.1108/13552550910934477.

WILLIAMS, C. C.; ROUND, J.; RODGERS, P. Evaluating the motives of informal entrepreneurs: some lessons from Ukraine. Journal of Developmental Entrepreneurship, 14(1), 59-71. (2009). doi: 10.1142/S1084946709001144.

YANG, D.; ZHAO, X. Study on Evolutionary Path of University Students' Entrepreneurship Training. Mathematical Problems in Engineering. (2014). <http://dx.doi.org/10.1155/2014/535137>.

YUSOFF, M. N. H. B.; ZAINOL, F. A.; IBRAHIM, M. D. B. Entrepreneurship Education in Malaysia's Public Institutions of Higher Learning: a review of the current practices. International Education Studies, 8(1), 17-28. (2015).

ZALIO, P. P. Sociologie économique des entrepreneurs. In P. Steiner, & F. Vatin (Eds.), *Traité de sociologie économique* (pp. 573-607). Paris: Puf. (2011).

