Caracterização Teórico-Conceitual do indivíduo Empreendedor

Resumo

O empreendedorismo é fonte de geração de riquezas e faz parte da força motriz da economia de um país. Por isso, o papel do empreendedor sempre foi de fundamental importância na sociedade, e se intensificou nas últimas décadas, em decorrência dos avanços tecnológicos e das novas exigências da sociedade do conhecimento, cuja competitividade exige ação empreendedora, inovação e estruturação de sistemas de inovação. O método adotado aqui neste ensaio teórico foi o de análise de conteúdo. O objetivo geral deste trabalho é efetuar um estudo teórico-conceitual sobre o que define um indivíduo empreendedor; e como objetivos específicos, realizar um levantamento sobre a evolução teórico-conceitual sobre o ser empreendedor, desenvolver conceitos sobre empreendedorismo e ação empreendedora, e apresentar construtos indicativos empreendedorismo. Quanto ao problema, se propôs à seguinte pergunta: O que caracteriza o empreendedor? Para responder a essa pergunta, foi realizada uma revisão teórico-conceitual com base na literatura existente a fim de alicerçar as conclusões. Para chegar a esse objetivo, buscou-se a conceituação de empreendedor, a busca dos principais autores sobre empreendedorismo, e as ações dos empreendedores. Este trabalho é direcionado a pesquisadores da empreendedorismo e gestão organizacional.

Palavras-chave: Empreendedor. Empreendedorismo . Personalidade.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é fonte de geração de riquezas e faz parte da força motriz da economia de um país. É necessário destacar que a iniciativa empreendedora, que depende de um complexo padrão interativo, e que intervém no processo de descobertas científicas, nas atividades inovadoras e nas suas aplicações, e resulta em transformações econômicas e sociais. Por isso, o papel do empreendedor sempre foi de fundamental importância na sociedade, contudo se intensificou nas últimas décadas, em decorrência dos avanços tecnológicos e das novas exigências da sociedade do conhecimento, cuja competitividade exige ação empreendedora, inovação e estruturação de sistemas de inovação. Nesse contexto, a ênfase no empreendedorismo ressurge como consequência das mudanças tecnológicas e de sua velocidade, por isso não pode ser compreendida como um fenômeno do tipo isolado, mas sim, como um fenômeno complexo e sistêmico, no qual os empreendimentos resultam de uma rede de relações na busca constante de inovações. Dessa maneira, o processo inovativo requer, do ângulo da atividade empresarial, qualidades especiais que, para Schumpeter (1982), estão objetivadas em indivíduos especiais - os empreendedores. Diante do que foi exposto, apresentam-se os conceitos de empreendedorismo e o ser empreendedor, que delineia uma nova abordagem. Este trabalho possui como objetivo geral efetuar um estudo teórico-conceitual sobre o que define um indivíduo empreendedor. E para a obtenção de resultados aqui se institui como objetivos específicos: realizar um levantamento sobre a evolução teórico-conceitual sobre o indivíduo empreendedor (1); desenvolver conceitos sobre empreendedorismo e ação empreendedora (2), e apresentar construtos indicativos empreendedorismo (3). A relevância desta pesquisa é justificada pela importância do tema para os pesquisadores de diversas áreas das ciências sociais aplicadas e pela crescente dificuldade de caracterizar o agente empreendedor. Quanto ao problema, se propôs à seguinte pergunta: O que caracteriza o empreendedor? Sendo assim, este trabalho é sistematizado em tópicos e subtópicos e, a seguir, é posto a revisão teórico-conceitual, a metodologia, os resultados em conformidade aos objetivos, a conclusão com a resposta à pergunta de pesquisa, e as referências.

2. REVISÃO TEÓRICA-CONCEITUAL

Encontra-se nesta sessão a identificação dos parâmetros conceituais que definem os conceitos de empreendedor. A descritiva sobre o processo de empreendedorismo e ação empreendedora. E por último, adicionando-se os elementos conceituais inerentes a construtos indicativos de empreendedorismo.

2.1 Conceitos de Empreendedor

Schumpeter (1961) oferece o seu estudo da inovação e criatividade nas organizações, descreveu o processo da destruição criadora que cada vez mais vem ganhando novos adeptos. O autor demonstra que os empreendedores inovadores movem a economia ao longo prazo, de forma que, a partir do ímpeto de inovação, haverá a destruição de empresas já conceituadas no mercado. O empreendedor inovador, na concepção schumpeteriana é aquele que, ambicioso, assume riscos, sem se deixar mobilizar apenas pela motivação monetária; ele intenta a criação de novos horizontes a serem estrategicamente alcançados por todos; assim, transforma a economia mediante os conceitos de desenvolvimento.

2.2 Conceitos sobre Empreendedorismo e Ação Empreendedora

É possível conceituar empreendedorismo – bem como seus desdobramentos teóricos e práticos – visto que vem sendo valorizado por governos, entidades de classe e organizações como a principal base para o crescimento econômico e para a geração de emprego e renda na atualidade (Barros & Passos, 2000; Barros & Pereira, 2008). Dessa forma, considerando a iniciativa empreendedora como meio ideal para inovar, aumentar a produtividade e melhorar modelos de negócios (Drucker, 1970), alguns autores arriscam-se a afirmar que atualmente vive-se a era do empreendedorismo (Aidar, 2007; Dornelas, 2008), isto é, a substituição do *homo economicus* pelo *homo attentaturus* (Boava & Macedo, 2009) ou testemunhando o alvorecer de um capitalismo empreendedor (Schramm & Litan, 2008).

Nesse contexto, subsiste a crença de que os empreendedores estão "eliminando barreiras comerciais, e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade" (Dornelas, 2008, p. 6). Tal movimento, contudo, não vem acompanhado por um proporcional aumento nas pesquisas acadêmicas acerca do tema; pelo contrário, o que se pode identificar são "décadas de estudos inconclusivos e teoricamente pouco embasados" (Tasic & Andreassi, 2007, p. 2). E tanto no que diz respeito aos estudos que buscam corroborar a influência do empreendedorismo no processo de crescimento e desenvolvimento socioeconômico dos países (Fontenele, 2009; Fontenele, Moura, & Leocádio, 2010) quanto no que se refere aos estudos mais críticos em relação ao tema (Leite & Melo, 2008; Ogbor, 2000).

De forma mais geral, alguns autores defendem a ideia de que não existe consenso em relação ao tema do empreendedorismo (Boava & Macedo, 2009; Colbari, 2007), e que dar início a uma pesquisa sobre o assunto pode ser entendido como semelhante a entrar em "um bazar", no qual "encontra-se de tudo, para todos" (Filion, 1999, p. 8). De forma análoga, o rótulo de empreendedor pode constituir um significante vazio, uma palavra que pode significar tudo e nada, uma palavra que não tem um significado intrínseco, não tem ... relação com nenhum dos objetos com os quais é normalmente associada, que remete a vários pontos sem chegar efetivamente a nenhum deles (Walker, 1989, p. 164).

Pode-se afirmar que esta condição é bastante conveniente para naturalizar processos e fenômenos, visto que o conceito pode apresentar diferentes significados dependendo de seu contexto e utilização.

Por outro lado, o estudo do empreendedorismo compreende a análise do ser humano a partir do desenvolvimento e execução de ideias e oportunidades, bem como a criação do negócio por iniciativas individuais. Este campo de estudos tem sido explorado de forma crescente nos últimos anos, à medida que se passou a enxergar a importância do indivíduo e do estímulo à criatividade (BLOCK; MACMILLAN, 2002).

Considerando que os indivíduos se desenvolvem a partir de sua relação com o meio ambiente e a partir da conduta cultural e social, observa-se que seu comportamento pode ser definido como contínuo desenvolvimento orgânico constituído pela produção de uma forma particular de padrão cultural, ou seja, como a cultura influencia comportamentos direcionados à criação de negócios e como este comportamento contribui para definir o ambiente de negócios de forma temporal e regional (BERGER; LUCKMANN, 2003).

Faz-se uma reflexão sobre a relação do comportamento humano e a atitude empreendedora como um fator intrínseco ao conhecimento, algo que pode ser desenvolvido no decorrer da vida de um indivíduo, e da cultura onde ele cresceu, conceituada como uma programação coletiva da mente, conhecimentos que distinguem os indivíduos (HOFSTEDE, 1984).

Os empreendedores realizam leituras e interpretações diferenciadas da realidade e colocam em prática seus conhecimentos para gerar inovação com diferentes aplicações, em espaços e momentos históricos distintos. O conhecimento traz a capacidade de identificar oportunidades e o empreendedorismo de colocá-las em prática, a partir de comportamentos humanos (TORRES, 1999).

2.3 Conceitos sobre construtos indicativos de empreendedorismo.

O conceito de construto que para Costa (2011) é a característica de um objeto de interesse que apresenta variações que viabilizam quantificações ou classificações, e que são bem delimitados em relação a outras características do mesmo objeto. A expressão "Construto" é utilizada para se referir a uma característica mensurável. Para se medir um construto faz-se preciso uma ferramenta que será chamada de escala de mensuração.

Empreendedores considerados bem-sucedidos, possuem os valores e a cultura de empreendedorismo adquiridos por meio de contato com, pelo menos, um modelo empreendedor durante sua juventude. Dentre outros aspectos constitutivos se podem listar a experiência em negócios, diferenciação, intuição e envolvimento. Podem ser considerados, ainda, trabalhadores incansáveis, sonhadores realistas (visionários), líderes, capazes de trabalhar em rede com moderação. Por vezes se pode assinalar ainda, a elaboração de um sistema próprio de relações com os empregados, associado ao controle do comportamento das pessoas ao seu redor e à inclinação ao aprendizado com seus próprios padrões (FILION, 2000).

3. **METODOLOGIA**

Esta seção é destinada a caracterizar a descrever os procedimentos metodológicos que foram utilizados durante o desenvolvimento desta pesquisa. Neste ensaio teórico, adota-se a pesquisa qualitativa e exploratória, elaborada por meio do Método da Análise de Conteúdo, e aplica-se procedimento de levantamento bibliográfico a partir de dados

secundários, por consequência, caracterizar o indivíduo empreendedor.

Neste ensaio teórico optou-se pelo Método da Análise de Conteúdo, que é uma técnica de análise das comunicações. Para Bardin (2016), o termo análise de conteúdo indica um conjunto de técnicas de análise das comunicações para obter, através de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção destas mensagens. Portanto, esse método visa captar as características essenciais, os significados, as convergências e as divergências dos conteúdos das entrevistas, e, portanto, deve-se seguir um rigor na sua aplicação para que ultrapasse as incertezas e alcance o questionado, conforme Bardin (2016).

O método de análise de conteúdo foi realizado seguindo as etapas necessárias, tendo como base os documentos bibliográficos selecionados e operados no tópico próprio deste relatório. Apresentam-se na Figura 1 os elementos da metodologia, bem como as etapas da análise de conteúdo e no Quadro Especificativo 1 constam os elementos diagramados e a sua respectiva descrição.

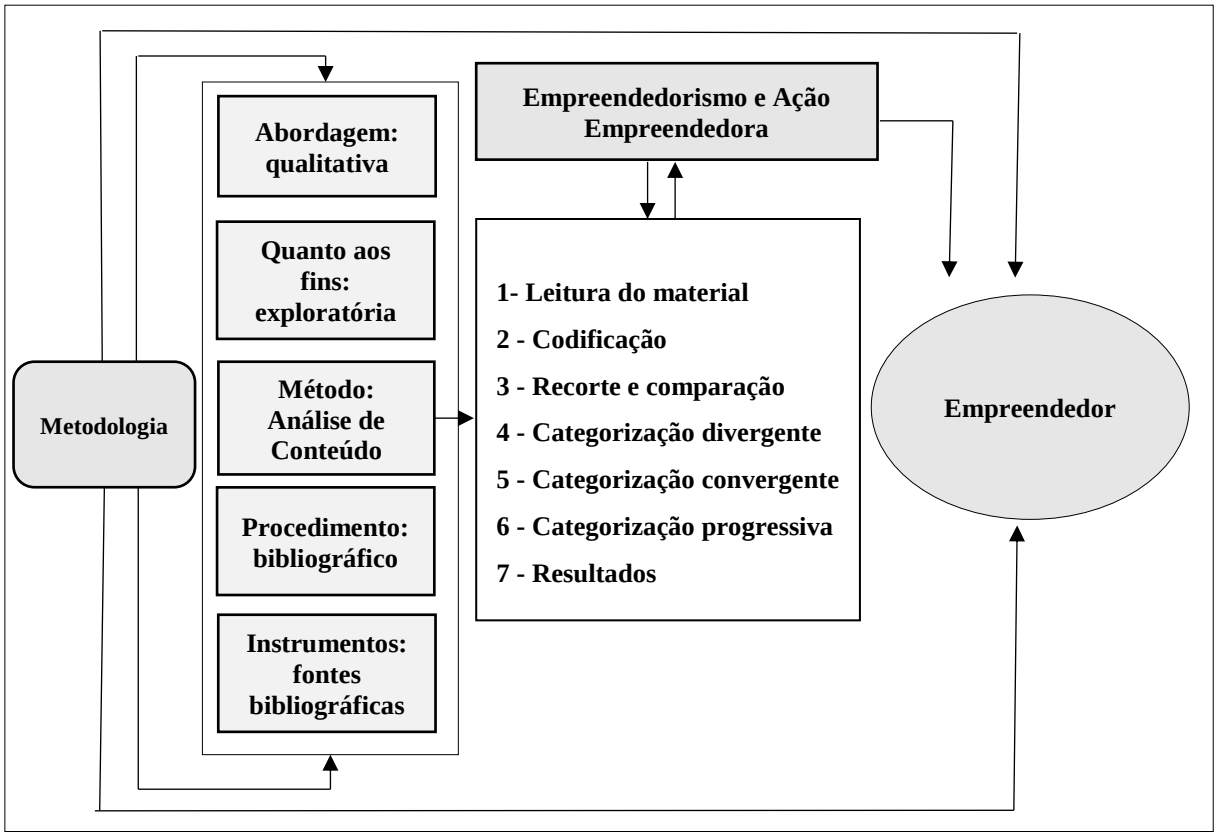


Figura 1: Diagrama da metodologia considerado nesta pesquisa.
Fonte: Elaborado pelos autores baseado em Bardin (2016).

Elementos	**Descritiva**
Metodologia	Estuda e avalia os métodos para a efetuação de uma pesquisa científica.
Abordagem qualitativa	Interpreta os fenômenos quanto ao contexto a que pertencem.

Quantos aos fins: exploratória	Proporciona maior familiaridade com o problema a ser tratado.
Análise de Conteúdo	Conjunto de técnicas de decomposição de conteúdo das mensagens.
Procedimento: bibliográfico	É pesquisa bibliográfica que é construída mediante estudos já publicados.
Fontes bibliográficas	Levantamento bibliográfico a partir de dados secundários.
Empreendedorismo	Fenômeno global correlacionado com o desenvolvimento de um país.
Ação Empreendedora	Disposição de criar, idealizar e realizar projetos.
Leitura do material	Leitura geral dos documentos coletados
Codificação	Codificação para elaboração de categorias.
Recorte e comparação	Recorte dos documentos analisados (palavras, frases, parágrafos).
Categorização divergente	Formação de categorias que são diferentes tematicamente.
Categorização convergente	Ajustamento das unidades de registro em categorias convergentes.
Categorização progressiva	Agrupamento gradual das categorias: iniciais, intermediárias e finais.
Resultados	Inferência e interpretação, respaldadas nos parâmetros conceituais.
Empreendedor	Aquele que empreende.

Quadro Especificativo 1: Especificativo da metodologia proposta
Fonte: Adaptado de Bardin (2016).

4. ESTUDO TEÓRICO-CONCEITUAL SOBRE O QUE DEFINE UM INDIVÍDUO EMPREENDEDOR

Neste capítulo encontram-se os resultados do estudo em conformidade com os objetivos propostos. Primeiramente, será caracterizada a evolução teórico-conceitual sobre o que define um indivíduo empreendedor, com indicações necessárias sobre a temática. Em seguida, será desenvolvido os conceitos sobre empreendedorismo e ação empreendedora, explanando sobre os tipos de existentes. E, por fim, serão apresentados os construtos indicativo indicativos de empreendedorismo.

4.1 Caracterização da evolução teórico-conceitual sobre a definição de um indivíduo empreendedor

As bases da teoria empreendedora remontam ao início do século, quando publicados os trabalhos de Joseph Schumpeter. Com relação ao registro de trabalhos anteriores há os datados do século XVIII, como o de Cantillon (2001) e o de Adam Smith (1985), e do século XIX como o de Jean-Baptiste Say (2002). Entretanto, é nos estudos de Schumpeter que se localiza propriamente a esquematização teórica das bases deste campo de estudo.

O conceito empreendedor passa pelo que Schumpeter (1982) definiu como uma nova combinação de recursos. Para o autor, o empreendedor é aquele que combina fatores de produção, produtos ou mercados de novas maneiras. O agente de mudanças responsável por inovações é o empreendedor. A inovação é, portanto, fruto da atividade do empreendedor, e não do mercado. Os estudos se desenvolveram depois foram

influenciados, em maior ou menor grau, pelo legado schumpeteriano, que balizou o delineamento temático do campo. Muitos deles, ou seja, tradicionais, versaram de modo variado sobre o indivíduo empreendedor. David McClelland, psicólogo da universidade de Harvard, estudou as necessidades intrínsecas do indivíduo empreendedor que o motivam a exercer um "comportamento do empreender" (MCCLELLAND, 1961). Identificou um conjunto motivacional de três ordens: necessidade de realização, de afiliação e de poder. Em 1961, o autor apresentou sua teoria da motivação psicológica, na qual organizou seus entendimentos acerca das necessidades. A primeira necessidade – de realização – é, segundo o autor, o elemento que estimula o indivíduo a querer superar seus próprios limites, impelindo-o a situações relativamente difíceis. A segunda – de afiliação – orienta o empreendedor à pertença social, aos grupos comunitários com os quais se relaciona. A terceira – de poder – reflete a busca pelo exercício da influência sobre a esfera de vida dos demais, o que justifica, de certa forma, o desempenho da liderança.

Collins e Moore (1964) estudaram o comportamento empreendedor a partir de modelos mentais formados na infância do indivíduo. Empreendedores extrairiam motivação de conflitos não resolvidos e demandariam, constantemente, situações de autonomia, independência e autoconfiança. Já Filion (1999) considerou as características marcantes do indivíduo empreendedor.

Na criação de novos empreendimentos, por exemplo, a conjugação entre a intensa experiência do empreendedor e sua elevada qualificação no setor em que se dá o empreendimento seria fundamental ao sucesso organizacional.

4.2 Desenvolvimento de conceitos sobre empreendedorismo

O conceito de empreendedorismo provém da palavra empreendedor (*entrepreneur*), tem origem francesa e significa aquele que assume riscos e começa algo novo (HIRISH, 1986). Assim, percebe-se que ao assumir riscos e iniciar um projeto novo, são características indissociáveis para aquele que almeja empreender.

Segundo Schumpeter (1982, p. 67):

> [...] a função do empreendedor é reformar ou revolucionar o modelo de produção. Eles podem fazer isso de diferentes maneiras: explorando uma invenção ou, mais genericamente, uma possibilidade tecnológica ainda não testada para produzir novas mercadorias, ou uma antiga já existente de uma nova maneira; criando uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova forma de escoamento de produtos; reorganizando uma indústria e assim por diante.

Os empreendedores, analisados nos conceitos propostos por Schumpeter (1982), são os agentes de mudança na economia e serve a novos mercados ou cria novos meios para fazer as coisas, ou seja, eles direcionam a economia para a frente. O empreendedorismo constitui-se na busca de inovações como um diferencial competitivo, a partir da percepção e identificação de oportunidades de negócio, no desejo de concretizar e tornar um sucesso novo ou novos empreendimentos, mas também de gerar inovação em processos e utilizar recursos de formas variadas visando resultados positivos.

Neste foco, o autor define o empreendedor como o agente do processo de destruição criativa, um indivíduo que tem como competência a criação de novidades de forma que estas possam contribuir para o desenvolvimento de um país, o motor do capitalismo que gera riquezas e cria produtos, processos e mercados sustentáveis.

Para Inácio Junior e Gimenez (2002), o empreendedorismo é um processo complexo e multifacetado, no qual as variáveis sociais (mobilidade social, cultura,

sociedade), econômicas (incentivos de mercado, políticas públicas, capital de risco) e psicológicas influenciam o ato de empreender.

Dentre as diversas características do empreendedor, as que mais se destacam são: necessidade de realização, propensão ao risco, criatividade, visão, alta energia, postura estratégica e autoconfiança. Esses mesmos autores abordam o empreendedorismo definindo-o como a busca por resultado tangível ou intangível de uma pessoa com habilidades criativas, o qual constitui uma complexa função de experiências de vida, oportunidades, habilidades e capacidades individuais. No exercício do empreendedorismo, é inerente a variável risco em toda a carreira empreendedora.

Uma outra conceituação de empreendedor bastante difundida e utilizada é a que adota o GEM, a qual é divulgada anualmente em seus relatórios. O GEM (Global Entrepreneurship Monitor) classifica os empreendedores independentes quanto ao estágio de seus negócios, dividindo-os em iniciais e estabelecidos:

> Empreendedores iniciais: são aqueles cujos empreendimentos têm até 42 meses de vida, três anos e meio, período em que a literatura considera capital para a sobrevivência de um empreendimento. Esses empreendedores [...] subdividem-se em dois tipos: nascentes: aqueles à frente de negócios em implantação – busca de espaço, escolha de setor, estudo de mercado etc. [...] e novos: seus negócios já estão em funcionamento e geraram remuneração por pelo menos três meses. Empreendedores estabelecidos: aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses (GEM, 2016, p. 36).

Por essa definição é possível afirmar a correlação entre o período de vida de um empreendedor associado ao tempo de vida de seu empreendimento. Os empreendedores são pessoas diferentes, cujo comportamento se diferencia do comum; possuem motivação singular, são apaixonados pelas atividades que desenvolvem, não se contentam apenas em ser mais, querem ser reconhecidos, admirados, referenciados e imitados, querem deixar sua história, seu legado, e muitos o deixam (RAY, 1993).

Para Carland et al. (1984), o empreendedorismo constitui-se em um conjunto de comportamentos e de hábitos que podem ser adquiridos, praticados e reforçados nos indivíduos, ao submetê-los a um programa de capacitação adequado de forma a torná-los capazes de gerir e aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar negócios. O espírito do empreendedorismo compreende a busca permanente de novos produtos, conceitos, métodos e mercados, aliados com habilidades na execução de todas as atividades operacionais, contemplando um plano gestor para gerir as compras, produção, vendas, entregas, administração, planejamento, cronogramas, orçamentos, contabilidade etc.

Para Daft (2010), o empreendedorismo é o processo de iniciar um negócio de risco, organizando os recursos necessários e assumindo os riscos e as recompensas associados. O conceito de empreendedorismo pode ser entendido como o ato de empreender/criar algo rentável a partir de uma necessidade ainda não suprida e que possa gerar empregos e renda dentro da área de atuação da empresa.

Filion (1997) conceitua o empreendedor como um indivíduo criativo, que possui a capacidade de determinar e alcançar objetivos, com alto nível de consciência do ambiente em que atua, usando as mudanças como forma de identificar oportunidades de negócio.

Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000) relaciona o empreendedorismo a estratégias de inovação, definindo como características do empreendedor a busca por oportunidades, centralização de poder, capacidade de lidar com o risco para conquistar lucros e sucesso nos negócios, sendo estimulado pela necessidade de realização.

No geral, os empreendedores são pessoas que se dispõem a vislumbrar e a criar oportunidades e fazer acontecer, lutam pela sua consecução, para pôr em prática suas ideias e gerar um ou mais negócios. Além disso, os empreendedores são essenciais no mercado, pois eles são agentes de inovação, estimulam a criatividade (DRUCKER, 2002).

4.3 Constructos indicativos de empreendedorismo

Para Gartner (1988), pesquisas sobre as características psicológicas dos empreendedores, sobre culturas empresariais e estudos econômicos e demográficos do ambiente empresarial, só podem realmente começar com a criação de novas organizações. Se quisermos compreender o fenômeno do empreendedorismo, então temos de nos concentrar sobre o processo pelo qual novas organizações são criadas, a partir desta perspectiva, outras questões no campo podem ser vistas com maior clareza.

Os empreendedores estão intimamente ligados à forma como interpretam o que está ocorrendo em um determinado setor do ambiente. Apresentam, por exemplo, características comuns como a presença de tenacidade, imaginação e objetividade; capacidade de tolerar ambiguidade e incerteza; propensão a fazer bom uso de recursos e a se exporem a riscos moderados (FILION, 2000).

Stanley Kaish e Benjamin Gilad (1991) analisaram as características de empreendedores e gerentes no tocante as oportunidades de negócio. A partir de escalas que medem o estado de alerta às oportunidades no ambiente, as fontes de informações, e a fonte de sugestões dos entrevistados, foi demonstrado que empreendedores utilizam mais fontes não verbais e não tradicionais, como estranhos na rua, portanto mais comunicativos e propensos ao risco.

Estudo realizado por Zhao (2006) utilizou técnicas de meta-análise para examinar a relação entre a personalidade e empreendedorismo. Constructos de personalidade utilizados em estudos anteriores foram classificadas de acordo com o modelo de cinco dimensões de personalidade, o *Big Five*. Os resultados indicam diferenças significativas entre os empreendedores e gerentes em 4 dimensões de personalidade, onde os empreendedores obtiveram maiores *scores* nos constructos Concienciosidade e Abertura à Experiência, e menores em Neuroticismo e Amabilidade. Não foi encontrada diferença significativa para o constructo Extroversão. Abrir um novo empreendimento exige que o empreendedor explore novas ideias. Eles usam de sua criatividade para resolver problemas ao proporem uma abordagem inovadora para produtos, métodos de negócios ou estratégias.

5. CONCLUSÃO

O objetivo geral deste ensaio-teórico foi efetuar um estudo teórico-conceitual sobre o que define um indivíduo empreendedor. Foram expostos elementos teóricos e conceituais sobre o indivíduo empreendedor, conceitos sobre empreendedorismo e ação empreendedora e construtos indicativos empreendedorismo. Quanto ao problema, se propôs responder à seguinte pergunta: O que caracteriza o ser empreendedor? Para tanto, o comportamento empreendedor é abordado sob a ótica dos indivíduos e da cultura onde estes se inserem, sendo a inovação, a iniciativa e a resiliência traços que definem o sucesso do empreendedorismo, e de acordo com a literatura exposta, podemos citar alguns traços para caracterizar o indivíduo empreendedor, como comunicativo, propenso ao risco, possuir foco nos objetivos, controle emocional elevado, presença de tenacidade, imaginação e objetividade, capacidade de tolerar ambiguidade e incerteza, propensão a

fazer bom uso de recursos, inovador, criativo, aberto a novas experiências e auto motivado.

REFERÊNCIAS

AIDAR, M. Empreendedorismo. São Paulo: Thomson Learning. 2007.

BARROS, A., & Pereira, C. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. Revista de Administração Contemporânea, 12(4), 975-993. doi: 10.1590/S1415- 65552008000400005 Barros, M., & Passos, E. (2000). Remando a favor da maré: racionalidade instrumental no curso de administração de empresas. Organizações & Sociedade, 7(19), 161-174. 2008.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. A. A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2003.

BLOCK, Z.; MACMILLAN, I. Marcos para planejar um empreendimento de sucesso. In:HARVARD BUSINESS REVIEW. Empreendedorismo e estratégia: on entrepreneurship. Tradução Fabio Fernandes. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BOAYA, D., & Macedo, F. Sentido axiológico do empreendedorismo. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, São Paulo, SP, Brasil, 33. 2009.

CANTILLON, R. Essay on the nature of commerce in general. New Brunswick: Transaction Publishers, 2001.

CARLAND, J. W. et al. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. Academy of Management Review, Briar Cliff Manor, v. 9, n. 2, p. 354-359, Apr. 1984.

COLBARI, A. L. A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira. Revista Eletrônica de Ciências Sociais, 1(1), 75-111. 2007.

DAFT, Richard L. Administração/ Richard L. Daft ; revisão técnica Denis Forte ; tradução Hatue Ohara Avritcher. São Paulo : Cengage Learning, 2010.

DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2008.

DRUCKER, P. Entrepreneurship in business enterprise. Journal of Business Policy, 1(1), 3-12. 1970.

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor - entrepreneurship: prática e

FILION, L. J. Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém complementares. RAE Light v. 7 n. 3 p. 2-7 Jul./Set. 2000.

FILION, L. J. From entrepreneurship to entreprenology. In: USASBE/ICSB WORLD CONFERENCE, 1997, San Francisco. Proceedings... Boca Raton: USABE, 1997.

FONTENELE, R. E. S. Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: algumas evidências empíricas. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de PósGraduação e Pesquisa em Administração, São Paulo, PR, Brasil, 33. 2009.

FONTENELEe, R. E. S., MOURA, H. J; LEOCÁDIO, A. L. Capital humano, empreendedorismo e desenvolvimento econômico: evidências empíricas nos municípios do Ceará. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 34. 2010.

GARTNER, William B. "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. The University of Baltimore Educational Foundation. 1988.

Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2016 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2017. 208 p. : il

HOFSTEDE, G. Culture's consequences: international differences in work-related values. Bervely Hills: Sage, 1984.

INÁCIO JR., E.; GIMENEZ, F.A.P. Potencial Empreendedor: um instrumento para mensuração. In:SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, XXII, Salvador, 2002. Anais... Salvador, 2002.

LEITE, E. S; MELO, N. M. Uma nova noção de empresário: a naturalização do 'empreendedor'. Revista de Sociologia Política, 16(31), 35-47.

MCCLELLAND, D. C. The achieving society. Princeton (NJ): Van Nostrand, 1961.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Tradução Nivaldo Montingelli Junior. Porto Alegre: Bookman, 2000.

OGBOR, J. O. (2000). Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse ideology-critique of entrepreneurial studies. Journal of Management Studies 37(5), 605-635. 2000.princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

RAY, D. M. Understanding the entrepreneur: entrepreneurial atributes, expirience and skills. Entrepreneurship & Regional Development, Oxfordshire, v. 4, n. 5, p. 345-357, 1993.

SCHRAMM. C; LITAN, R. The growth solution. The American, 32-38. 2008.

SCHUMPETER, J. A teoria do desenvolvimento econômico [Coleção Os economistas]. São Paulo: Abril. (Obra original publicada em 1911). 1982.

SCHUMPETER, J. Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura. 1961.

SCHUMPETER, J. Fundamentos do pensamento econômico. Rio de Janeiro: Zahar. (Obra original publicada em 1924) 1968.

STANLEY, Kaish; GILAD, Benjamin. Characteristics Of Opportunwies Search Of Entrepreneurs Versus Executives: Sources, Interest, General Alertness. Rutgers

University. Journal of Business Venturing 6, 4>61. Elsevier Science Publishing Co., Inc., 655 Avenue of the Americas, New York, NY 10010. 1991.

TASIC, I. A. B; ANDREASSI, T. Estratégia e empreendedorismo: decisão e criação sob incerteza. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31, 2007.

TORRES, C. V. Leadership styles norms among Americans and Brazilians: assessing differences using Jackson's return potencial model. San Diego: California Scholl of Professional Psychology, 1999.

WALKER, R. Marxism-Leninism as discourse: the politics of the empty signifier and the double bind. British Journal of Political Science, 19(2), 161-189, 1989.

ZHAO, Hao; SEIBERT, Scott. The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. Journal of Applied Psychology, the American Psychological Association2006, Vol. 91, No. 2, 259–27, 2006.